

Communication Management in Sports Media

ORIGINAL ARTICLE

Open
Access

Developing a Model for the Role of Social Media in the Workplace, on the Job Consequences of Employees of Sports and Youth Departments in Kermanshah Province

Ali Karimi^{1*} , Ahdieh Sadeghi² 

1. Assistant Professor, Department of Sports Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

2. Ph.D. in Sports Management, General Department of Sports and Youth of Ilam Province, Iran

Correspondence

Author's Name: Ali karimi

Email: alikaarimi60@pnu.ac.ir

How to cite

Karimi, A., & Sadeghi, A. (2023). Developing a Model for the Role of Social Media in the Workplace, on the Job Consequences of Employees of Sports and Youth Departments in Kermanshah Province. *Communication Management in Sport Media*, 10(4), 118-131. doi: 10.30473/JSM.2022.62307.1589

ABSTRACT

The present research was conducted with the aim of formulating a model for the role of social media in the workplace on the occupational outcomes of employees in the sports and youth administrations of Kermanshah province. The research method was descriptive-survey and based on structural equation modeling. The statistical population of the research included 320 employees of the sports and youth administrations of Kermanshah province, out of which 175 individuals were selected as the sample using stratified random sampling method based on Cochran's formula. The measurement tool was a questionnaire with 19 questions in two sections: social media in the workplace and occupational outcomes. In this research, Smart PLS software was used to analyze the relationships between the components of the model and to analyze the data. The findings indicated that social media in the workplace had a significant impact on occupational outcomes with a path coefficient of 0.55 and a T value of 5.58. Among these, excessive social use of social media had a significant effect on occupational outcomes with a path coefficient of 0.16 and a T value of 2.11, excessive hedonic use of social media had a significant effect on occupational outcomes with a path coefficient of 0.32 and a T value of 2.51, and excessive cognitive use of social media had a significant effect on occupational outcomes with a path coefficient of 0.18 and a T value of 2.57. Therefore, the use of social networks can have both positive and negative occupational outcomes in organizational environments.

KEYWORDS

Cognitive Use, Fatigue from Social Media, Job Performance, Pleasant Use.

Extended Abstract

Introduction

The volatile business environment has compelled organizations to focus on information technologies and optimize their usage for greater efficiency. Given the paramount importance of information, a diverse array of systems and associated technologies have been created and developed. Among the most crucial informational tools with widespread applications in individual, social, and organizational contexts today

Methods

The research methodology was determined based on the study's objectives and utilized a descriptive-survey approach. The statistical population for this investigation comprised 320 employees from the sports and youth departments of Kermanshah province. Using Cochran's formula, a sample of 175 individuals was selected through stratified random sampling. Data collection involved a researcher-designed questionnaire consisting of 19 questions, categorized into sections covering excessive social use of social media in the workplace (questions 1-4), excessive hedonistic use of social media in the

Results

The findings indicate that all the relationships between the research variables have been validated. Overall, social media usage in the workplace has had a significant impact on job outcomes, with a path coefficient of 0.55. Specifically, excessive social use of social media had an impact on job outcomes with a path coefficient of 0.16, excessive hedonic use of social media had an impact on job consequences with a path coefficient of 0.32, and excessive cognitive use

Conclusion

The relationship between social media usage and job performance is intricate and requires thorough investigation. It appears that numerous factors can influence this relationship. Therefore, simply encouraging or discouraging employees from using social networks may not yield the desired outcomes. For instance, the individual personality traits of the staff should be taken into account. It is plausible that individuals who are more sociable and helpful in their personal lives may be well-suited for forming virtual

KEYWORDS

Cognitive Use, Fatigue from Social Media, Job Performance, Pleasant Use.

Ethical Considerations:

Compliance with ethical guidelines

The author has complied with all ethical considerations.

are social networks. The emergence and evolution of social networks have been heralded as one of the most significant social phenomena of the current century. These electronic platforms are designed to facilitate communication, information exchange, and interactions among various users. Notable examples include Facebook, Telegram, WhatsApp, Instagram, and Twitter.

workplace (questions 5-7), excessive cognitive use of social media in the workplace (questions 8-11), social media fatigue (questions 12-15), and employee job performance (questions 16-19). Responses were rated using the Likert scale. The face and content validity of the questionnaires were confirmed by 10 experts in sports management and media. Additionally, the questionnaire's reliability was assessed using internal consistency, resulting in a Cronbach's alpha coefficient of 0.82, calculated with the assistance of Smart PLS software.

of social media beyond the limit has affected job outcomes with a path coefficient of 0.18. Consequently, excessive hedonistic use of social media exhibited the most substantial impact on job outcomes, with a path coefficient of 0.32, while excessive social use of social media had the least impact on job outcomes, with a path coefficient of 0.16.

business groups, thereby enhancing synergy within the organization. Additionally, the manner in which these platforms are utilized can also be significant. Certain roles within the organization that demand creative input may benefit from engaging and innovative use of these networks, while others may observe a decline in employee performance. The type of usage can also have varying effects on employee satisfaction and commitment.

Funding

The authors state no funding involved.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this manuscript.

Acknowledgment

We are grateful to all those who helped us in this research.

نشریه علمی

مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی

«مقاله پژوهشی»

تدوین الگوی نقش رسانه‌های اجتماعی در محیط کار بر پیامدهای شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه

علی کریمی^{۱*}، احدیه صادقی^۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تدوین الگوی نقش رسانه‌های اجتماعی در محیط کار بر پیامدهای شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه انجام شد. روش پژوهش، توصیفی-پیمایشی مبتنی بر معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش، ۳۲۰ نفر از کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بودند که براساس فرمول کوکران ۱۷۵ نفر به شیوه تصادفی طبقه‌ای به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه ۱۹ سؤالی در دو بخش رسانه‌های اجتماعی در محیط کار و پیامدهای شغلی بود. در این پژوهش برای بررسی روابط بین اجزای مدل از معادلات ساختاری و به‌مظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که رسانه‌های اجتماعی در محیط کار بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر ۰/۵۵ و مقدار T برابر با ۵/۵۸ تأثیرگذار بودند. در این میان شاخص استفاده اجتماعی بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر ۰/۱۶ و مقدار T برابر با ۲/۱۱، شاخص استفاده لذت‌جویانه بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر ۰/۳۲ و مقدار T برابر با ۲/۵۱ و شاخص استفاده شناختی بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر ۰/۱۸ و مقدار T برابر با ۲/۵۷ اثرگذار بودند؛ بنابراین استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند پیامدهای شغلی مثبت و منفی بسیاری در محیط‌های سازمانی به همراه داشته باشد.

واژه‌های کلیدی:

خستگی از رسانه‌های اجتماعی، عملکرد شغلی، استفاده لذت‌جویانه، استفاده شناختی.

۱. استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
۲. دکتری مدیریت ورزشی، اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام، ایران

نویسنده مسئول:

علی کریمی

رایانامه: alikarimi60@pnu.ac.ir

استناد به این مقاله:

کریمی، علی؛ و صادقی، احدیه. (۱۴۰۲). تدوین الگوی نقش رسانه‌های اجتماعی در محیط کار بر پیامدهای شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه. فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۰(۴)، ۱۱۸-۱۳۱. doi: 10.30473/JSM.2022.62307.1589

مقدمه

در دنیای امروز رشد سریع فناوری‌های جدید، قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بسیاری برای سازمان‌ها به ارمغان آورده است 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 کسب‌وکار، روش‌های بازاریابی، بهبود پیش‌بینی تقاضا، توانایی استفاده از شیوه‌های جدید مدیریتی و آموزشی، افزایش نوآوری و بهره‌وری، به‌اشتراک‌گذاری دانش، همکاری متقابل و ایجاد ارتباط پایدار غنی کرده است (علی‌حسن و همکاران، ۲۰۱۵). امروزه سازمان‌ها با چالش‌های بسیاری در محیط کسب‌وکار خود مواجه‌اند و عصر جدیدی از رقابت را تجربه می‌کنند. در چنین وضعیتی، سازمان‌هایی موفق هستند که ضمن تطبیق خود با شرایط موجود و غلبه بر چالش‌ها، با تکیه بر قابلیت‌های خود می‌توانند مزیت رقابتی نیز کسب کنند. ماهیت پیچیده این شرایط، سازمان‌ها را به استفاده از فناوری‌های جدید ترغیب کرده است. یکی از مهم‌ترین فناوری‌هایی که سازمان‌های نوین به‌صورت گسترده از آن استفاده می‌کنند و تمامی فرایندهای سازمانی به‌نوعی به آن وابسته‌اند، رسانه‌های اجتماعی هستند (گاریسمورالز^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). رسانه‌های اجتماعی واژه‌ای است که برای تکامل‌یافته‌ترین رسانه‌های عصر حاضر به کار می‌رود (مقدس و همکاران، ۲۰۱۷). امروزه رسانه‌های اجتماعی به مهارت جدید و مهمی برای همه و حتی برای کسانی که درک زیادی از فناوری ندارند، تبدیل شده است (چانگ و چن^۲، ۲۰۱۸).

رسانه‌های اجتماعی اقدامات مدیریتی جدیدی را در سازمان‌ها باب کرده‌اند که از ارائه مدل‌های نوآورانه کسب‌وکار گرفته تا ایجاد تحول در ارتباطات، همکاری‌ها و تسهیم دانش را شامل می‌شود (الاولان^۳ و همکاران، ۲۰۱۷). همچنین استفاده از رسانه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی افراد تبدیل شده 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 (اشرف، ۲۰۱۴). محیط پرتلاطم کسب‌وکار موجب شده است تا سازمان‌ها توجه ویژه‌ای به فناوری‌های اطلاعاتی داشته باشند و زمینه استفاده کارآمدتر از آن‌ها را فراهم کنند. با توجه به اهمیت اطلاعات، انواع سیستم‌ها و فناوری‌های مربوط به آن ایجاد شده و در حال توسعه‌اند. از جمله مهم‌ترین ابزارهای اطلاعاتی که امروزه کاربردهای فراوانی در مباحث فردی، اجتماعی و سازمانی دارد، شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی است.

شکل‌گیری و توسعه شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین وقایع اجتماعی قرن حاضر نام گرفته است. شبکه‌های اجتماعی ابزارهای الکترونیکی هستند که به‌منظور برقراری ارتباط، تبادل اطلاعات و تسهیل تعاملات بین کاربران مختلف طراحی شده‌اند که نمونه‌هایی از آن‌ها فیسبوک، تلگرام، واتساپ، اینستاگرام و توییتر است (لیوکاس^۴ و همکاران، ۲۰۱۸).

تحقیقات نشان داده‌اند که در محیط کاری، اپلیکیشن‌های رسانه اجتماعی می‌توانند عملکرد فردی و بهره‌وری کارکنان را افزایش دهند، اما مطالعات پیشین هشدار داده‌اند که تنها در صورتی پیامدهای مثبتی به دست خواهد آمد که رسانه‌های اجتماعی به شکل منطقی در محل کار استفاده شوند؛ زیرا در صورت عبور از حد بهینه استفاده از فناوری، نتایج منفی و زیانباری به وجود می‌آید (الاولان و همکاران، ۲۰۱۷). در چند سال اخیر، استفاده از شبکه‌های مجازی به‌عنوان ابزاری برای دستیابی به اهداف سازمانی و کسب مزیت رقابتی توسط سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف تولیدی و خدماتی رو به افزایش بوده است (دمیرچی اوقلو^۵، ۲۰۱۸)؛ به‌عنوان مثال، بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌های چینی، آمریکایی، کانادایی، بریتانیایی و هلندی از شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با مشتریان، تبلیغات، فروش و گرفتن بازخورد در خصوص محصولات و خدمات خود استفاده می‌کنند (مرگل^۶، ۲۰۱۷).

در عصر حاضر، به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی توسط سازمان‌ها پدیده‌ای جهانی است و بیش از دوسوم از سازمان‌هایی که در رتبه‌بندی نشریه فورچون در فهرست ۱۱۱ سازمان برتر جهان قرار گرفته‌اند، طی دوره پنج‌ساله استفاده منظم از شبکه‌های اجتماعی را پذیرفته و توسعه داده‌اند که این موضوع نشان‌دهنده اهمیت و جایگاه شبکه‌های اجتماعی در سازمان‌های امروزی است (شلگوبین و ها^۷، ۲۰۱۶). میزان دسترسی و چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در محیط‌های سازمانی و پیامدهای آن موضوعی است که در چند سال اخیر مدنظر محققان و مدیران قرار گرفته است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بر بسیاری از فرایندهای کاری سازمان و رفتارهای کارکنان اثرگذار باشد (کیم^۸، ۲۰۱۵). نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که تنها در ایالات متحده آمریکا ۸۶ درصد کارکنان سازمان‌های مختلف استفاده از حداقل یک شبکه اجتماعی را در محیط کار تجربه کرده‌اند که این امر حساسیت مدیران درخصوص شیوه استفاده از این شبکه‌ها را در محیط‌های سازمانی افزایش داده است (هانا^۹ و همکاران، ۲۰۱۷). یوکویاما^{۱۰} (۲۰۱۶) در این باره بیان می‌کند که قابلیت‌های متنوع

6. Mergel

7. Schelagwein & HU

8. Kim

9. Hanna

10. Yokoyama

1. Garcia-Morales

2. Chang & Chen

3. Alalwan

4. Lioukas

5. Demircioglu

می‌کند؛ از این رو استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی ارتباط تنگاتنگی با خستگی از این رسانه‌ها دارد (کائو و یو، ۲۰۱۹). فوزی و فینی^۶ (۲۰۱۶) معتقدند که دسترسی کارکنان به ابزارهای اطلاعاتی همچون شبکه‌های اجتماعی نیاز سازمان‌های امروزی است، اما نبودن قوانین مشخص درخصوص استفاده از این شبکه‌ها و اعتیاد کارکنان در استفاده از آن‌ها به‌منظور دستیابی به اهداف فردی همچون تفریح و سرگرمی می‌تواند آسیب‌های بسیاری برای سازمان داشته باشد. مقبل و کاک^۷ (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که افزایش مدت‌زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در محیط کار ضمن کم کردن تمرکز کارکنان بر وظایف اصلی خود و هدر دادن زمان مفید کاری، می‌تواند موجب افزایش مشکلات روانی مانند اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، استرس، افسردگی و اضطراب شود که موارد ذکر شده بر عملکرد شغلی و بهره‌وری کارکنان اثری منفی خواهند داشت؛ با وجود این، اینکه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در محیط‌های سازمانی مفید و اثربخش است یا اینکه مضر است، موضوعی است که به انجام تحقیقات بیشتر نیاز دارد؛ چراکه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در چنین محیط‌هایی در ابتدای کار بوده و تجارب سازمان‌ها در این زمینه محدود است. پژوهش‌های بسیاری در زمینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پیامدهای آن در سازمان‌های مختلف انجام شده است. پدیده استفاده بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار به مشکل بزرگی برای سازمان‌ها تبدیل شده است و به توجه بیشتر محققان نیاز دارد. کسانی که وابستگی بیش از حد به رسانه‌های اجتماعی دارند، دچار احساساتی همچون تعارض، اضافه‌بار کاری و تضعیف سلامت می‌شوند (ژنگ و لی^۸، ۲۰۱۶). این احساسات در نهایت می‌تواند خستگی ناشی از استفاده از رسانه‌های اجتماعی را افزایش و عملکرد شغلی را کاهش دهد (بروکز^۹، ۲۰۱۵). سلیمانی (۲۰۱۸) در پژوهشی بر کارکنان سازمان ایراندک دریافت که استفاده از شبکه‌های اجتماعی موجب اتلاف وقت و حواس‌پرتی کارکنان و در نتیجه کاهش عملکرد سازمانی آن‌ها می‌شود. عسگری و جهانی (۲۰۱۹) با انجام پژوهشی بر کارکنان بانک صادرات استان تهران دریافتند که کاربرد یکپارچه رسانه اجتماعی بر کیفیت دانش و عملکرد نوآورانه سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. شایان و همکاران (۲۰۱۷) با انجام پژوهشی بر ۱۱۷ نفر از کارکنان دانشگاه تربیت مدرس دریافتند که رابطه مثبت و معناداری بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و مؤلفه‌های عملکرد شغلی (سرمایه اجتماعی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی) وجود دارد. نتایج پژوهش محمدزاده روشنی و طهماسبی لیمونی (۲۰۱۹) با عنوان «بررسی تأثیر تسهیم

شبکه‌های اجتماعی و گستردگی آن‌ها موجب شده است تا کارکنان سازمان‌ها بخشی درخور توجهی از زمان خود را صرف استفاده از این شبکه‌ها در محیط‌های کاری و خارج از آن کنند و نیاز است تا سازمان‌ها با تدوین قوانین مشخص، زمینه استفاده مناسب از آن‌ها را در سازمان فراهم کنند.

یکی از کارکردهای اصلی رسانه‌های اجتماعی، استفاده اجتماعی از آن‌ها است که نیاز کارکنان برای خلق و حفظ روابط اجتماعی از طریق اپلیکیشن‌های شبکه اجتماعی یا اجتماعات محبوب آن‌ها را برآورده می‌کند. رسانه‌های اجتماعی افراد را به اعضای خانواده، دوستان، خویشاوندان و همکاران در هر زمان و مکانی مرتبط می‌کنند (کائو^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). پژوهش‌ها در این زمینه نشان می‌دهند که استفاده هدفمند از شبکه‌های اجتماعی در محیط‌های سازمانی می‌تواند پیامدهای مثبت همچون بهبود عملکرد شغلی، افزایش رضایت شغلی، توسعه تسهیم دانش، بهبود یادگیری کارکنان و افزایش خلاقیت و نوآوری کارکنان به همراه داشته باشد؛ به‌عنوان مثال، نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که تسهیم دانش می‌تواند از طریق دستیابی کارکنان به منابع دانشی مناسب در زمان مناسب و ابزارهای مناسب تضمین شود. فناوری‌های ارتباطی جدید همچون شبکه‌های اجتماعی موجب تسهیل اقدامات مدیریت دانش مانند تسهیم و انتقال دانش در سازمان‌ها شده‌اند (کین^۲ و همکاران، ۲۰۱۰). شبکه‌های اجتماعی از تسهیم دانش در سازمان به دو صورت فردی و گروهی حمایت می‌کنند و می‌توانند دانش موردنیاز کارکنان متناسب با نوع وظایف را در اختیار آنان قرار دهند. همچنین این شبکه‌ها موجب تسهیم و اشتراک‌گذاری دانش به شکل‌های مختلف (نوشتاری، فیلم، عکس و ...) می‌شوند و می‌توانند باعث افزایش کیفیت دانش مبادله شده نیز شوند (ما و چان^۳، ۲۰۱۴). در کنار فواید و نتایج مثبت، استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند چالش‌ها و مشکلاتی برای سازمان‌ها ایجاد کند. کاربرد گسترده رسانه‌های اجتماعی در محل کار می‌تواند افت بهره‌وری کارکنان را به بار آورد که ناشی از اتلاف زمان و حواس‌پرتی در محل کار است (ژانگ^۴ و همکاران، ۲۰۱۵). افراد مجبور به بررسی مداوم رسانه‌های اجتماعی خود هستند تا بتوانند هرچه‌زودتر به پیام‌های دیگران پاسخ دهند. چنین رفتاری می‌تواند حواس کارکنان را پرت کرده و در کارشان وقفه ایجاد کند؛ از این رو استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به تعارض کاری منجر شود. زمانی که تقاضای شبکه‌های اجتماعی برای حمایت اجتماعی بیش از توانایی فرد باشد، احساس از دست دادن کنترل بر موقعیت را در افراد ایجاد

6. Fusi & Feeney
7. Moqbel & Kock
8. Zheng & Lee
9. Brooks

1. Cao
2. Kane
3. Ma & Chan
4. Zhang
5. Cao & Yu

نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط کارکنان این سازمان‌ها موجب بی‌توجهی آن‌ها به شغل و از بین رفتن احساسات مثبت به شغل می‌شود. وون و کیم^۹ (۲۰۱۸) در تحقیقی دریافته‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی در محیط کار باعث افزایش درگیری شغلی و توسعه خلاقیت و نوآوری کارکنان می‌شود. نتایج مطالعه دمیچی اوقلو و چن^{۱۰} (۲۰۱۹) بر کارکنان سازمان خدمات عمومی استرالیا نشان داد که استفاده مناسب کارکنان از شبکه‌های اجتماعی اثری مثبت بر ارضای نیازهای استقلال، ارتباط، شایستگی و انگیزش درونی کارکنان دارد. بخش دیگری از نتایج این مطالعه نشان داد که استفاده بیش از اندازه از شبکه‌های اجتماعی اثری معکوس بر متغیرهای ذکر شده در کارکنان دارد.

امروزه فناوری‌های نوین همچون فناوری اطلاعات نقش مهمی در موفقیت سازمان‌های ورزشی ایفا می‌کنند. به گفته سیلتو^{۱۱} و همکاران (۲۰۱۷)، سازمان‌ها و شرکت‌های ورزشی برای عرضه کالاها و خدمات بهتر به مشتریان خود باید بیش از گذشته بر نوآوری سرمایه‌گذاری کنند. و یکی از مهم‌ترین پیش زمینه‌های نوآوری، استفاده از فناوری‌های جدید ارتباطی است. ورود فناوری‌های جدید ارتباطی مانند شبکه‌های اجتماعی به سازمان‌های ورزشی همچون ادارات ورزش و جوانان و استفاده کارکنان از این نوع فناوری‌ها موضوعی است که نیاز به توجه خاصی دارد؛ چراکه این شبکه‌ها ضمن مزایای مثبت، پیامدهای منفی را نیز به همراه خواهند داشت؛ با وجود این، تحقیقات بسیار اندکی در خصوص پیامدهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در محیط‌های سازمانی ایران از جمله سازمان‌های ورزشی انجام شده‌اند که این امر ضرورت انجام این تحقیق را آشکار می‌کند. از سوی دیگر، به دلیل استفاده گسترده کارکنان از شبکه‌های اجتماعی در محیط‌های کاری، آگاهی از پیامدهای مثبت و منفی استفاده از این شبکه‌ها در محیط‌های سازمانی همچون ادارات ورزش و جوانان می‌تواند به مدیران کمک کند تا با تدوین قوانین مشخص و انجام اقدامات مناسب پیامدهای مثبت استفاده از این شبکه‌ها را تقویت کنند و آسیب‌های آن‌ها را کاهش دهند؛ بنابراین با توجه به اهمیت موضوع پژوهش و وجود خلأهای علمی در این زمینه، هدف اصلی این پژوهش تدوین الگوی نقش رسانه‌های اجتماعی در محیط کار بر پیامدهای شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود.

اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیلگر قابلیت‌های شبکه اجتماعی (مورد مطالعه: کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران) نشان داد که تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان تأثیر مثبت و معنادار دارد. زانده^۱ (۲۰۱۳) در پژوهشی به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تسهیم دانش کارکنان سازمان‌های هلندی پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اهداف کاری تأثیر مثبت بر تسهیم دانش در سازمان‌های مورد مطالعه داشت. بوچر^۲ و همکاران (۲۰۱۳) با انجام تحقیقی بر کارکنان سازمان‌های مختلف در کشورهای اتحادیه اروپا دریافته‌اند که استفاده کارکنان از شبکه‌های اجتماعی موجب افزایش فشار شغلی، رفتارهای تهاجمی، نبود اطمینان شغلی و در نهایت افزایش استرس شغلی کارکنان می‌شود. لندرز و کالان^۳ (۲۰۱۴) در تحقیقی به بررسی مزایا و آسیب‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سازمان‌های آمریکایی پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که تولید محتوای نامناسب توسط کارکنان، نبود مدیریت زمان، ناراحت کردن دیگران از طریق پیام‌های مبادله‌شده و سرقت مطالب دیگران از جمله آسیب‌های این شبکه‌ها در محیط‌های سازمانی است. اشرف و جاود^۴ (۲۰۱۴) با انجام پژوهشی بر کارکنان سه بانک پاکستانی دریافته‌اند که رابطه معناداری بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افزایش توانمندی، دانش، بهره‌وری و انگیزش کارکنان این بانک‌ها وجود دارد. تیلور^۵ و همکاران (۲۰۱۵) با انجام پژوهشی بر سازمان‌های بریتانیایی دریافته‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سازمان‌ها به وسیله‌ای برای آزار و اذیت کارکنان تبدیل شده است. گال^۶ و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی دریافته‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش تسهیم دانش بین کارکنان سازمان‌های مجارستانی می‌شود. مکوند و فرناندز^۷ (۲۰۱۶) اثر شبکه‌های اجتماعی بر رفتارهای شغلی کارکنان را مطالعه کردند و دریافته‌اند که استفاده از این شبکه‌ها در سازمان موجب بی‌توجهی کارکنان به شغل، نبود مدیریت زمان، از بین رفتن رفتارهای مشارکتی و کم‌شدن کارهای گروهی می‌شود. چونگ و کیم^۸ (۲۰۱۷) با انجام تحقیقی بر سازمان‌های کره ای دریافته‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سازمان‌های مورد مطالعه، موجب افزایش طرد شدن کارمندان توسط همکاران خود شد. مقبل و کاک (۲۰۱۸) با انجام پژوهشی بر کارکنان چندین شرکت فناوری اطلاعات به این

7. Makvand & Fernandez

8. Chung & Kim

9. Woon & Kim

10. Demircioglu & Chen

11. Sellitto

1. Zande

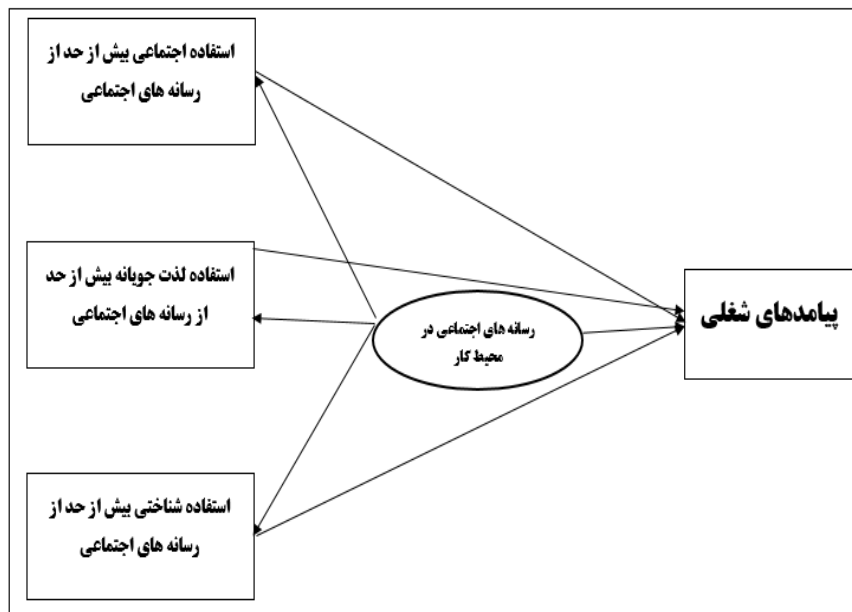
2. Bucher

3. Landers & Callan

4. Ashraf & Javed

5. Taylor

6. Gul



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

Figure 1. Conceptual Model of Research

(استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار سؤال‌های ۱ تا ۴، استفاده لذت جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار سؤال‌های ۵ تا ۷، استفاده شناختی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار سؤال‌های ۸ تا ۱۱، خستگی از رسانه‌های اجتماعی سؤال‌های ۱۲ تا ۱۵ و عملکرد شغلی کارکنان سؤال‌های ۱۶ تا ۱۹). در این پژوهش روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها به تأیید ۱۰ نفر از متخصصان مدیریت و رسانه‌های ورزشی رسید. به منظور تعیین پایایی پرسش‌نامه، سازگاری درونی آن با کمک نرم‌افزار Smart PLS و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲ محاسبه شد.

در تحقیق ارائه شده است (جدول ۱).

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش بر مبنای هدف، کاربردی و براساس روش اجرا، توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری این پژوهش، ۳۲۰ نفر از کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بودند که براساس فرمول کوکران ۱۷۵ نفر به شیوه تصادفی طبقه ای به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق‌ساخته ۱۹ سؤالی در دو بخش رسانه‌های اجتماعی در محیط کار و پیامدهای شغلی که براساس طیف لیکرت ارزش‌گذاری شده بودند، استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در بخش اول، یافته‌های توصیفی مربوط به مشارکت کنندگان

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

Table 1. Demographic Information of the Participants

جنسیت		مدرک تحصیلی			سن		شاخص	
زن	مرد	دکتری	کارشناسی ارشد	کارشناسی	کاردانی	۵۵-۴۶	۴۵-۳۶	۳۵-۲۵
۷۸	۹۷	۱۵	۷۱	۶۶	۲۳	۲۳	۸۹	۶۳
۲۰	۸۰	۵	۴۶	۳۲	۱۷	۳۳	۴۰	۲۷

استفاده شناختی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی دارای کمترین میانگین‌اند.

در پژوهش حاضر با استفاده از میانگین و انحراف معیار هریک از متغیرها میزان پاسخ‌گویی به هریک از متغیرها بررسی شد. در جدول ۲، متغیر پیامدهای شغلی دارای بیشترین میانگین و متغیر

جدول ۲. میانگین و انحراف از معیار متغیرهای تحقیق

Table 2. Mean and Deviation from Research Variables

انحراف از معیار	میانگین	تعداد	گویه
۰/۳۸۵	۳/۱۷	۱۷۵	استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
۰/۶۸۹	۳/۲۱	۱۷۵	استفاده لذت‌جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
۰/۸۲۵	۳/۱۵	۱۷۵	استفاده شناختی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
۰/۶۵۴	۳/۲۸	۱۷۵	رسانه‌های اجتماعی در محیط کار
۰/۳۸۹	۳/۴۷	۱۷۵	پیامدهای شغلی

درواقع هرچه میزان معناداری بیشتر از ۰/۰۵ باشد، وضعیت بهتر است و هرچه نزدیک به ۰/۰۵ باشد، وضعیت نرمالی کمتری را دارد.

برای بررسی فرض نرمال بودن متغیرهای مطالعه از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف تک نمونه‌ای استفاده شد. نتایج نشان داد که فرض نرمال بودن تمام متغیرها را نمی‌توان رد کرد ($p > 0.05$). نتایج این آزمون در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف برای بررسی پذیره نرمال بودن

Table 3. Results of Kolmogorov-Smirnov Test to Check the Normal Acceptance

P-Value	آماره آزمون	حجم نمونه	ابعاد
۰/۲۵۴	۰/۵۲۴	۱۷۵	استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
۰/۳۴۵	۰/۴۶۳	۱۷۵	استفاده لذت‌جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
۰/۲۵۶	۰/۴۲۱	۱۷۵	استفاده شناختی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
۰/۳۰۱	۰/۴۱۱	۱۷۵	رسانه‌های اجتماعی در محیط کار
۰/۲۸۷	۰/۳۸۵	۱۷۵	پیامدهای شغلی

پایایی مرکب: در این تحقیق برای تعیین پایایی پرسش‌نامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) استفاده شد. براساس ضرایب آلفای کرونباخ تمامی متغیرها در این تحقیق، از حداقل مقدار (۰/۰۷) بیشتر است. پایایی مرکب برخلاف آلفای کرونباخ که به‌طور ضمنی فرض می‌کند هر شاخص وزن یکسانی دارد، متکی بر بارهای عاملی حقیقی هر سازه است؛ بنابراین معیار بهتری را برای پایایی ارائه می‌دهد. پایایی مرکب باید مقداری بیش از ۰/۰۷ را به دست آورد تا بیانگر ثبات درونی سازه باشد. در جدول ۴، نتایج پایایی ابزار سنجش به‌طور کامل آورده شده است.

ارزیابی مدل ساختاری

روایی همگرا (میانگین واریانس استخراج‌شده): معیار فورنل و لارکر برای این روایی، بیشتر شدن میانگین واریانس‌های استخراج‌شده (AVE) از ۰/۵ است؛ یعنی یک متغیر مکنون می‌تواند به‌طور میانگین بیش از نیمی از پراکندگی معرف‌هایش را تبیین کند. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، مقدار AVE برای متغیرهای مکنون بیشتر از ۰/۵ است؛ بنابراین می‌توان گفت که روایی همگرایی مدل‌های اندازه‌گیری مطلوب است.

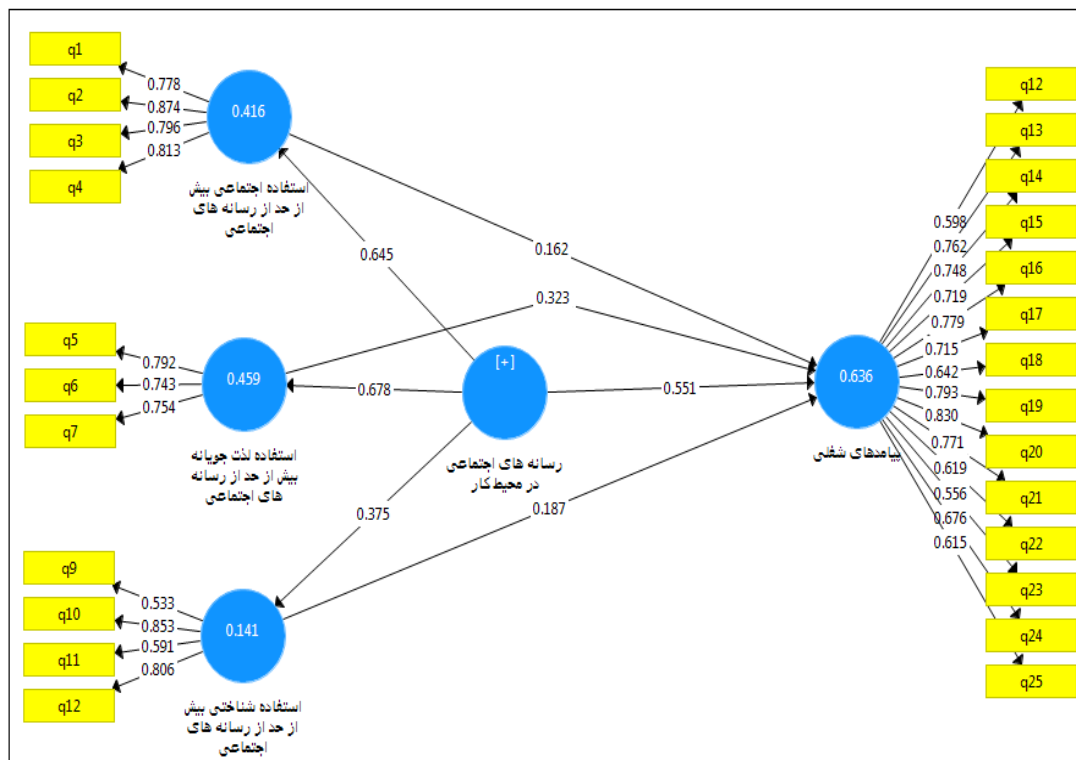
جدول ۴. روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری

Table 4. Convergent Validity and Reliability of Measuring Instruments

ضریب پایایی آلفای کرونباخ	ضریب پایایی مرکب (CR) $P_c > 0.7$	ضریب میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)	متغیرهای پژوهش
۰/۸۳۲	۰/۸۸۸	۰/۶۶۶	استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
۰/۷۴۳	۰/۷۴۸	۰/۵۸۳	استفاده لذت‌جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
۰/۷۰۲	۰/۷۹۳	۰/۵۰۳	استفاده شناختی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
۰/۸۷۵	۰/۸۹۳	۰/۶۰۰	رسانه‌های اجتماعی در محیط کار
۰/۹۲۱	۰/۹۲۶	۰/۵۹۹	پیامدهای شغلی

۰/۵۵ تأثیرگذار بوده است. در این میان، شاخص استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر ۰/۱۶، شاخص استفاده لذت‌جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر ۰/۳۲ و شاخص استفاده شناختی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر ۰/۱۸ اثرگذار بوده است؛ بنابراین شاخص استفاده لذت‌جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر ۰/۳۲ بیشترین تأثیر و شاخص استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر ۰/۱۶ کمترین تأثیر را داشتند.

در این قسمت به بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش بر مبنای روابط پرداخته شده است. در واقع با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS و بهره‌جستن از معادلات ساختاری این ارتباط بررسی شده است. بررسی ارتباط بین متغیرها در قالب الگوی معادلات ساختاری نشان داده شده در شکل ۲ آزمون شد. به‌منظور محاسبه ضرایب مسیر، واریانس تبیین‌شده متغیرهای وابسته توسط متغیرهای مستقل از آزمون PLS Algorithm استفاده شد. نتایج جدول ۵ نشانگر آن است که همه روابط بین متغیرهای پژوهش تأیید می‌شود؛ به‌گونه‌ای که به‌طور کلی رسانه‌های اجتماعی در محیط کار بر پیامدهای شغلی با ضریب مسیر



شکل ۲. ضرایب مسیر

Figure 2. Path Coefficients

جدول ۵. تفکیک اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل

Table 5. Separation of Direct, Indirect and Total Effects

شماره واریانس	اثرات کل	اثرات غیرمستقیم	اثرات مستقیم	روابط
۰,۴۰	۰,۱۶۲	----	۰,۱۶۲	← پیامدهای شغلی ← استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
	۰,۳۲۳	----	۰,۳۲۳	← پیامدهای شغلی ← استفاده لذت‌جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
	۰,۱۸۷	----	۰,۱۸۷	← پیامدهای شغلی ← استفاده شناختی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی
	۰,۷۵۵	۰,۲۰۴	۰,۵۵۱	← پیامدهای شغلی ← رسانه‌های اجتماعی در محیط کار

در مدل‌سازی معادلات ساختاری به کمک روش پیل‌اس برخلاف روش کوارانس‌محور شاخصی برای سنجش کلی مدل وجود ندارد،

محاسبه شاخص نیکویی برازش مدل در حداقل مجزورات جزئی

این شاخص به صورت میانگین R^2 و متوسط شاخص مقادیر اشتراکی به صورت دستی محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\text{avrage (Comunalitie)} * R^2}$$

این شاخص مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی^۱ و متوسط ضریب تعیین^۲ است.

ولی تنهاوس و همکاران (۲۰۰۵) شاخصی به نام نیکویی برازش (GOF) را پیشنهاد کردند. این شاخص هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به‌عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. حدود این شاخص بین صفر و ۱ است. تزلس و همکاران سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند.

جدول ۶. مقادیر اشتراکی

Table 6. Common Values

متغیر	مقادیر اشتراکی	ضریب تعیین
استفاده اجتماعی بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی	۰/۵۴۲	۰/۴۱۲ $\sqrt{0.42 * 0.636} = 0.412$
استفاده لذت‌جویانه بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی	۰/۴۰۴	
استفاده شناختی بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی	۰/۳۰۹	
رسانه‌های اجتماعی در محیط کار	۰/۵۰۰	
پیامدهای شغلی	۰/۳۴۸	
میانگین	۰/۴۲۰	

کارکنان سازمان‌ها به شبکه‌های اجتماعی و صرف‌کردن زمان‌های طولانی برای انتشار پیام، بازنشر پیام‌های دیگران، دنبال کردن صفحات اجتماعی دیگران، بحث کردن در گروه‌های مختلف و امتحان کردن سایر قابلیت‌هایی که شبکه‌های اجتماعی در اختیار آن‌ها قرار می‌دهند، نوعی اعتیاد اینترنتی به نام اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را به وجود آورده است. استفاده گسترده از این شبکه‌ها در سازمان‌ها پیامدهای روحی و عاطفی متفاوتی برای کارکنان دارد که از آن جمله می‌توان به افسردگی، گوشه‌گیری و تمایل به دوری از اجتماع اشاره کرد. همچنین استفاده بیش‌ازحد از شبکه‌های اجتماعی در محیط کار موجب ایجاد تعارض بین استفاده‌کننده (کارمند) و شغل می‌شود که در نهایت بر عملکرد شغلی اثر منفی می‌گذارد. شبکه‌های اجتماعی به دلیل جذابیت و تنوع، توجه و تلاش کارکنان را بیشتر به خود جلب می‌کنند و این امر موجب غفلت کارکنان از فعالیت‌های شغلی می‌شود. به‌علاوه، تحقیقات نشان داده‌اند که درگیر کردن حافظه با محرک‌های اعتیادآور مانند استفاده از شبکه‌های اجتماعی موجب تغییر در کارکردهای ذهنی و شناختی کارکنان می‌شود و نتایج منفی همچون محدود شدن حافظه کاری را به همراه خواهد داشت که می‌تواند به فراموش شدن چگونگی انجام وظایف شغلی، سخت شدن حل مسائل کاری، تمرکز نداشتن بر وظایف شغل و درگیری شدید ذهنی با مسائل غیرمرتبط با کار منجر شود (مقبل و کاک، ۲۰۱۸). در نهایت چنین مواردی می‌تواند به بروز رفتارهایی منجر شود که اثر منفی بر رفتارهای شغلی افراد مانند عملکرد شغلی و درگیری شغلی خواهد داشت. از سوی دیگر، استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی به دلیل ایجاد

شاخص GOF این مدل، ۰/۴۱۲ به دست آمد که از مطلوبیت کلی مدل حکایت دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر، تدوین الگوی نقش رسانه‌های اجتماعی در محیط کار بر پیامدهای شغلی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود. نتایج پژوهش نشان داد که استفاده اجتماعی بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار رابطه مثبت با خستگی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه از رسانه‌های اجتماعی دارد. این نتایج با نتایج تحقیقات مکوند و فرناندز^۳ (۲۰۱۶) و مقبل و کاک^۴ (۲۰۱۸) همخوانی دارد. این نتایج به این مفهوم است که استفاده بیش‌ازحد از شبکه‌های اجتماعی توسط کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه موجب بی‌توجهی و خستگی بیشتر آن‌ها از شغل خواهد شد. امروزه شبکه‌های اجتماعی جایگاه بسیار مهمی را در زندگی کاری افراد به خود اختصاص داده‌اند. عواملی مانند سهولت استفاده، هزینه اندک، تنوع، سرگرمی و سرعت زیاد در تبادل اطلاعات موجب افزایش استفاده از این شبکه‌ها در محیط‌های سازمانی شده است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی رویدادی است که امروزه در تمامی سازمان‌ها در حال گسترش است و سازمان‌های ورزشی نیز از این امر مستثنا نیستند. استفاده از این شبکه‌ها در محیط‌های سازمانی ضمن داشتن مزایای مثبت، پیامدهای منفی نیز دارند که باید مدنظر کارکنان و مدیران قرار گیرد. یکی از مهم‌ترین پیامدهای منفی استفاده از این شبکه‌ها، درگیر شدن شدید کارکنان در آن‌ها و بی‌توجهی به وظایف شغلی و سازمانی است. به گفته لندرز و کالان^۵ (۲۰۱۴)، وابستگی روزافزون

4. Moqbel & Kock
5. Landers & Callan

1. Comunalitie
2. Avrage R Square
3. Makvand & Fernandez

از رسانه‌های اجتماعی ندارد. نتایج این تحقیق با تحقیقات بیکر^۴ و همکاران (۲۰۰۴)^۵ و هاروود^۶ و همکاران (۲۰۱۴) همسو نیست. براساس تحقیقات گذشته، علاوه بر ایجاد تعارض کاری، کارکنانی که به دلیل سرگرمی و لذت از رسانه‌های اجتماعی استفاده بیش از حد می‌کنند، احساس تنش و فشار را تجربه خواهند کرد. زمانی که عطش کارکنان برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی بیش از حد باشد، احساس می‌کنند که رسانه‌های اجتماعی تنها راه برآورده کردن نیازهای درونی‌شان است. این وضعیت استفاده لذت جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی اضطراب و افسردگی را در پی خواهد داشت؛ چراکه عطش لذت جویی از رسانه‌های اجتماعی رفته رفته افزایش می‌یابد و در نهایت با ارضاشدن آن به خستگی از رسانه‌های اجتماعی منجر می‌شود.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر مشخص شد که خستگی از رسانه‌های اجتماعی رابطه مثبت با عملکرد شغلی کارکنان دارد. نتایج این تحقیق با تحقیقات دهیر^۷ و همکاران (۲۰۱۹) و فو و همکاران (۲۰۲۰) همسو نیست.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر مشخص شد که خستگی از رسانه‌های اجتماعی نقش میانجی در رابطه بین استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار و عملکرد شغلی کارکنان دارد. نتایج این تحقیق با تحقیقات دهیر و همکاران (۲۰۱۹) و فو و همکاران (۲۰۲۰) همسو است.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر مشخص شد که خستگی از رسانه‌های اجتماعی نقش میانجی در رابطه بین استفاده لذت جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار و عملکرد شغلی کارکنان ندارد. نتایج این تحقیق با تحقیقات دهیر و همکاران (۲۰۱۹) و فو و همکاران (۲۰۲۰) همسو است.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر مشخص شد که خستگی از رسانه‌های اجتماعی نقش میانجی در رابطه بین استفاده شناختی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار و عملکرد شغلی کارکنان دارد. نتایج این تحقیق با تحقیقات دهیر و همکاران (۲۰۱۹) و فو و همکاران (۲۰۲۰) همسو است.

بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که محیط رسانه اجتماعی عوامل استرس‌زایی در خود دارد که تنش درونی را در افراد ایجاد می‌کند و تضعیف عملکرد آنان را در پی دارد. هرچند استفاده لذت جویانه بر خستگی از رسانه‌های اجتماعی تأثیر ندارد، پژوهش‌های روان‌شناختی اثبات کرده‌اند که خستگی روانی می‌تواند به عملکرد ضعیف و کاهش مشارکت منجر شود. بسته به سطح استفاده از رسانه‌های اجتماعی، کاربران درجات مختلفی از خستگی را تجربه می‌کنند و این خستگی

مشغولیت و دلبستگی ذهنی پایدار موجب انحراف ذهن کارکنان از مسائل کاری به سایر زمینه‌ها می‌شود که زمینه بی‌توجهی به شغل را فراهم می‌کند. با توجه به اثر مثبت استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر بی‌توجهی به شغل در کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه، آموزش کارکنان ادارات ورزش و جوانان برای استفاده از این شبکه‌ها در راستای انجام وظایف شغلی پیشنهاد می‌شود. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات وو^۱ (۲۰۱۳) همسو است.

یکی از کارکردهای اصلی رسانه‌های اجتماعی، استفاده اجتماعی از آن‌ها است که نیاز کارکنان برای خلق و حفظ روابط اجتماعی از طریق اپلیکیشن‌های شبکه اجتماعی را برآورده می‌کند. رسانه‌های اجتماعی افراد را به اعضای خانواده، دوستان، خویشاوندان و همکاران در هر زمان و مکانی مرتبط می‌کنند. با افزایش تعداد روابط اجتماعی در این شبکه‌ها، کارکنان با انبوهی از پیام‌ها از دوستان مجازی خود در رسانه‌های اجتماعی مواجه می‌شوند. برای حفظ شبکه‌های اجتماعی بزرگ و کسب حمایت و ایجاد حس تعلق، افراد مجبور به بررسی مداوم رسانه‌های اجتماعی خود هستند تا بتوانند هرچه زودتر به پیام‌های دیگران پاسخ دهند. زمانی که تقاضای شبکه‌های اجتماعی برای حمایت اجتماعی بیش از توانایی فرد باشد، احساس از دست دادن کنترل بر موقعیت را در افراد ایجاد می‌کند؛ از این رو استفاده اجتماعی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی ارتباط تنگاتنگی با خستگی از این رسانه‌ها دارد. با توجه به نتایج مشخص شود که استفاده شناختی بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار رابطه مثبت با خستگی از رسانه‌های اجتماعی دارد. نتایج این فرضیه با تحقیقات گریسی و گالوپ^۲ (۱۹۹۹) و لی و همکاران^۳ (۲۰۱۶) همسو است.

در محیط سازمانی، کارکنان همواره به دنبال به دست آوردن و به اشتراک گذاشتن اطلاعات از طریق رسانه‌های اجتماعی هستند و این امر می‌تواند بار اطلاعاتی را برای آن‌ها افزایش دهد و فرایندهای شناختی‌شان را محدود کند. با توجه به محدودیت شناختی انسان، زمانی که کارکنان در معرض اطلاعاتی بیش از توانایی خود برای استفاده از آن قرار می‌گیرند یا زمان کافی برای آن ندارند، با فشار شناختی مواجه می‌شوند. چنین پیامدی احساس از دست دادن کنترل را به آن‌ها می‌دهد. این موقعیت تأثیر منفی بر حالت روان شناختی افراد بر جای می‌گذارد؛ در نتیجه خستگی از فناوری را به دنبال دارد؛ به این ترتیب، استفاده شناختی بیش از سطح بهینه از رسانه‌های اجتماعی در محل کار می‌تواند خستگی از رسانه‌های اجتماعی را برای کارکنان به دنبال داشته باشد.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر مشخص شد که استفاده لذت جویانه بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار رابطه مثبت با خستگی

4. Bikere

5. Harwood

6. Dhir

1. Wu

2. Grise & Gallupe

3. Lee

در نهایت، از این پژوهش و پژوهش‌های انجام شده در این زمینه می‌توان نتیجه گرفت که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند پیامدهای شغلی مثبت و منفی بسیاری در محیط‌های سازمانی به همراه داشته باشد که در این پژوهش تنها به بخشی از آن‌ها اشاره شد که می‌توان آن را جزو محدودیت‌های این تحقیق در نظر گرفت. پیشنهاد می‌شود اثر استفاده شبکه‌های اجتماعی بر سایر متغیرها سلامت ذهنی و بهره‌وری کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بررسی شود.

ارائه راهکارهای اجرایی

– ارائه آموزش‌های متناسب و کارآمد در زمینه استفاده بهینه از رسانه‌های اجتماعی در ارتقای عملکرد شغلی؛
– بهره‌گیری از تجربیات متناسب داخلی و خارجی در ایجاد تعامل شغلی در بستر رسانه‌های اجتماعی و ارائه دستورالعمل شغلی در ادارات ورزش و جوانان؛
– استفاده از افراد متخصص و مجرب در ارائه کلاس‌های آموزش در زمینه موضوع پژوهش؛
– ایجاد کانال‌ها، پایگاه‌ها و گروه‌های مختلف شغلی در زمینه ورزش و ارائه اطلاعات لازم در این زمینه؛
– بر مبنای تدوین قوانین و مقررات لازم باید زمان مناسب برای بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی فراهم شود تا زمینه‌ساز ایجاد مشکلات کاری نشود.

بر پیامدهای رفتاری همچون قطع استفاده و ضعف عملکردی تأثیر می‌گذارد. پژوهشگران پیشین دریافته‌اند که افراد دارای وابستگی زیاد به رسانه‌های اجتماعی، مشارکت کمتری از خود نشان می‌دهند و عملکرد ضعیفی دارند، اما در این پژوهش تأثیر مثبت خستگی از رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی نشان داده شد؛ هرچند درگیری بیش از حد با تعاملات رسانه‌های اجتماعی احتمالاً خستگی رسانه‌های اجتماعی را به همراه دارد و بر پیامدهای رفتاری و عملکردی افراد تأثیر می‌گذارد.

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؛ برای مثال باید ویژگی‌های شخصیتی کارکنان مدنظر قرار گیرد. محتمل است، افرادی که اجتماعی‌تر هستند و در زندگی شخصی به سایر افراد کمک می‌کنند، گزینه مناسبی برای تشکیل گروه‌های مجازی شغلی و بهبود هم‌افزایی در سازمان از طریق آن هستند. نوع استفاده از این رسانه‌ها نیز می‌تواند مهم باشد. برخی از مشاغل سازمان که نیازمند کارکنان خلاق هستند، ممکن است با استفاده از سرگرمی خلاقانه از این شبکه‌ها تقویت شوند، اما سایرین با افت عملکردی افراد احرازکننده شغل مواجه شوند. نوع استفاده همچنین می‌تواند تأثیرات متفاوتی بر رضایت و تعهد کارکنان داشته باشد؛ برای مثال ممکن است حضور در گروه‌های غیررسمی و حتی گروه‌های حرفه‌ای، همبستگی سازمانی بیشتری بین کارکنان ایجاد کند.

References

- Alalwan, A. A. Rana, N. P. Dwivedi, Y. K. Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177–1190.
- 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*, 7(24), 65-89.
- Asgari, N., & Jahani, B. (2019). The mediating role of social capital in the impact of social media on the quality of organizational knowledge and innovative performance. *IT Management*, 2(5), 520-551. (In Persian)
- Ashraf, N., & Javed, T. (2014). Impact of social networking on employee performance. *Journal of Business Management and Strategy*, 5(2), 139-150.
- Baker, T. B., Piper, M. E., McCarthy, D. E., Majeskie, M. R., & Fiore, M. C. (2004). Addiction motivation reformulated: An affective processing model of negative reinforcement. *Psychological Review*. 111(1), 33-51.
- Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being?. *Computers in Human Behavior*, 97(46), 26-37.
- Bucher, E., Fieseler, C., & Suphan, A. (2013). The stress potential of social media in the workplace. *Information, Communication & Society*, 16(10), 1639–1667.
- Cao, X., Guo, X., Vogel, D., & Zhang, X. (2016). Exploring the influence of social media on employee work performance. *Internet Research*, 26(2), 529–545.
- Cao, X., & Yu, L. (2019). Exploring the influence of excessive social media use at work: A three-dimension usage perspective. *International Journal of Information Management*, 58(46), 83-92.
- Chung, W. Y., & Kim, T. (2017). Impact of using social network services on workplace ostracism, job satisfaction, and innovative behavior. *Behavior & Information Technology*, 36(12), 1235–1243.

11. Chang, H. H., & Chen, S. W. (2018). The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator. *Online Information Review*, 32(6), 58-69.
12. Demircioglu, M. A. (2018). Examining the effects of social media use on job satisfaction in the Australian public service: Testing self-determination theory. *Public Performance & Management Review*, 41(2), 300-327.
13. Demircioglu, M. A., & Chen, C. A. (2019). Public employees' use of social media: Its impact on need satisfaction and intrinsic work motivation. *Government Information Quarterly*, 36, 51-60.
14. Dhir, A., Kaur, P., Chen, S., & Pallesen S. (2019). Antecedents and consequences of social media fatigue. *International Journal of Information Management*, 48, 193-202.
15. Fusi, F., & Feeney, M. K. (2016). Social media in the workplace: Information exchange, productivity, or waste? *The American Review of Public Administration*, 48(5), 395-412.
16. Gaal, Z., Szabo, L., Obermayer-Kovács, N., & Csepregi, A. (2015). Exploring the role of social media in knowledge sharing. *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 13(3), 185-197.
17. Garcia-Morales, V. J., Martin-Rojas, R., & Lardon-Lopez, M. E. (2018). Influence of social media technologies on organizational performance through knowledge and innovation. *Baltic Journal of Management*, 13(3), 345-367.
18. Grise, M.-L., & Gallupe, R. B. (1999). Information overload: Addressing the productivity paradox in face-to-face electronic meetings. *Journal of Management Information Systems*, 16(3), 157-185.
19. Hanna, B., Kee, K. F., & Robertson, B. W. (2017). Positive impacts of social media at work: Job satisfaction, job calling, and Facebook use among co-workers. *SHS Web of Conferences*, 11(33), 1-7.
20. Harwood, J. Dooley, J. J. Scott, A. J. Joiner, R. (2014). Constantly connected-The effects of smart-devices on mental health. *Computers in Human Behavior*. 34, 267-272.
21. Kane, K. Robinson-Combre, J. Zane, L. Berge, Z. L. (2010). Tapping into social networking: Collaborating enhances both knowledge management and e-learning. *Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 40(1), 62-70.
22. Kim, S. H. (2015). Effects of SNS social support for the relationship between emotional labor and burnout. *International Information Institute (Tokyo) Information*, 18(11), 4533-4538.
23. Landers, R. N., & Callan, R. C. (2014). Validation of the beneficial and harmful work-related social media behavioral taxonomies: Development of the work-related social media questionnaire. *Social Science Computer Review*, 32(5), 628-646.
24. Lee, S. B., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2016). Technostress from mobile communication and its impact on quality of life and productivity. *Total Quality Management & Business Excellence*. 27(7-8), 775-790.
25. Lioukas, C. S., Reuer, J. J., & Zollo, M. (2018). Effects of information technology capabilities on strategic alliances: Implications for the resource-based view. *Journal of Management Studies*, 45(53), 161-183.
26. Ma, W. W. K., & Chan, A. (2014). Knowledge sharing and social media: Altruism, perceived online attachment motivation, and perceived online relationship commitment. *Computers in Human Behavior*, 39(1), 51-58.
27. Makvand, A. F., & Fernandez, V. (2016). Effects of social media on organizational behavior in non-democratic countries. *Journal of Business and Economics*, 7(2), 306-313.
28. Mergel, I. (2017). Building holistic evidence for social media impact. *Public Administration Review*, 58(77), 489-495.
29. Moghadas, M., & Kalateh Seyfari, M. (2017). Analysis of the impact of media on consumer attitudes toward the brand and purchase intention (Case study: Sports apparel Manufacturer Majid). *Journal of Communication Management in Sports Media*, 5(1), 63-72. (In Persian)
30. Mohammadzadeh, R., & Ziba, T. (2019). Investigating the effect of employee information sharing in social networks on employees' job performance with the role of moderator of social network capabilities (Case study: Libraries of Islamic Azad University Tehran city). *Quarterly Journal of Information Management Science and Technology*, 2(7), 30-62. (In Persian)
31. Moqbel, M., & Kock, N. (2018). Unveiling the dark side of social networking sites: Personal and work-related consequences of social networking site addiction. *Information & Management*, 64(55), 109-119.
32. Schlagwein, D., & Hu, M. (2017). How and why organizations use social media: Five use types and their relation to absorptive capacity. *Journal of Information Technology*, 32(2), 194-209.
33. Sellitto, C., Bingley, S., & Burgess, S. (2017). A

- model for evaluating mobile device adoption in community sports organizations. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 36(4), 211–218.
34. Shayan, A., Danaei, H., & Andami, M. (2017). The effect of using social media on the job performance of university staff Teacher training. *Human Resource Management Research*, 5(3), 22-32. (In Persian)
35. Soleimani, Sh. (2018). The effect of using social networks on organizational performance: Irandak Organization (Master's thesis). Shahid Beheshti University, Tehran, Iran. (In Persian)
36. Taylor, M., Haggerty, J., Gresty, D., Pacheco, N. C., Berry, T., & Almond, P. (2015). Investigating employee harassment via social media. *Journal of Systems and Information Technology*, 17(4), 322–335.
37. Woon, C. Y., & Kim, T. (2018). The moderating effects of social network services on the relationships between job engagement and innovative behavior and in-role behavior. *Journal of Korea Service Management Society*, 18(1), 263–282.
38. Wu, L. (2013). Social network effects on productivity and job security: Evidence from the adoption of a social networking tool. *Information Systems Research*, 24(1), 30–51.
39. Yokoyama, M. H. (2016). Human resources and organizations how social network sites (SNS) have changed the employer–employee relationship and what are the next challenges for human resource (HR)? *Revista de Gestão*, 23(1), 2–9.
40. Zande, J. (2013). Social media adds to knowledge sharing: Research into the motivations for using social media for work purposes and its influence on the degree of knowledge sharing (Master's thesis). University of Twente, Enschede.
41. Zheng, X., & Lee, M. K. O. (2016). Excessive use of mobile social networking sites: Negative consequences on individuals. *Computers in Human Behavior*, 65(65), 65-76



COPYRIGHTS

© 2023 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms & conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)