

نقش رسانه های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی و عملکرد شغلی

(مطالعه موردی : سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران)

لیلا رجبی نیا^{۱*}، دکترسید مهدی الوانی^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین

۲- استناد دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین

چکیده

پژوهش حاضر، با هدف بررسی نقش رسانه های اجتماعی بر روی عملکرد شغلی که به طور غیر مستقیم توسط سه بعد سرمایه اجتماعی تحت تاثیر قرار می گیرد، انجام گرفته است. لازم به ذکر است که متغییر سرمایه اجتماعی، در این مطالعه به عنوان متغییر میانجی شناسایی شد.

ابعاد مورد بررسی رسانه های اجتماعی؛ بعد استفاده اجتماعی^۱، استفاده شناختی^۲ و استفاده تفننی^۳ است. همچنین در اندازه گیری عملکرد نیز دو بعد عملکرد شغلی عادی و عملکرد شغلی نوآورانه مورد بررسی قرار گرفته است. داده های مورد نیاز برای این پژوهش توسط نمونه گیری تصادفی از سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران به وسیله ابزار پرسشنامه با مقیاس پنج رتبه ای لیکرت بوده است؛ برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی و از مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار SPSS و Smart PLS استفاده شد. مطالعه حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث راهبرد یک پژوهش پیمایشی است و در زمره تحقیقات همبستگی با استفاده از الگوی علی قرار می گیرد.

نتایج این تحقیق نشان می دهد که شیوه استفاده از رسانه های اجتماعی برای جامعه پذیری، سرگرمی یا تسهیم دانش، با توجه به قابلیت های ادراک شده از رسانه های اجتماعی بر روی نتایج عملکرد شغلی متغییر و تاثیرگذار است. همچنین نقش میانجی گری سرمایه اجتماعی در اثر گذاری استفاده از رسانه های اجتماعی بر عملکرد شغلی در سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران نیز مورد تایید قرار گرفت.

واژه های کلیدی: رسانه های اجتماعی، سرمایه اجتماعی، عملکرد شغلی، سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران

^۱ Social Use

^۲ Cognitive Use

^۳ Hedonic Use