

## The Impact of Using social media on the Social Identity and Job Performance of Employees in the Sport Organization of Tehran Municipality<sup>1</sup>

### Alira Zand

Assistant Professor, Qods Branch, Islamic Azad University, Qods, Iran (Corresponding author). azandi<sup>oo</sup>@yahoo.com

### Gholamreza Faraji

Assistant Professor, Qods Branch, Islamic Azad University, Qods, Iran. tkiranreza@gmail.com

### Alireza Taati Kovarim

Master's degree, Sports Management, Qods Branch, Islamic Azad University, Qods, Iran. Mehrdadamani<sup>1111</sup>@gmail.com

### Abstract

The purpose of the present study is to review the effect of using social media on the social identity and job performance of employees in the sport organization of Tehran municipality. This is a descriptive-correlational study which was conducted as field research by questionnaires. According to the obtained information, there are 136 employees in the sport organization of Tehran municipality in 1401. Based on the Morgan Table, 30 members were chosen as the research sample. For data collection, Jahānbāni's questionnaire (138), Richard Jenkins' social identity survey (138), and job performance questionnaire designed by Kumpz et al. were used. Descriptive statistics was used to classify raw scores, design frequency distribution tables and measure dispersion indexes such as average, standard deviation, and frequency. The results showed that using social media is effective on the social identity and job performance of employees in the sport organization of Tehran municipality. Thus, it is recommended to create a special database and register the employees' requests with the purpose of understanding their needs and expectations in social networking. Besides, it is suggested to have dialogue with the employees through practical programs in social media in order to improve their performance.

**Keywords:** social media, Social Identity, Job Performance, Sport Organization of Tehran Municipality, Employees.

<sup>1</sup> Received: 1402-11-11 ; Revised: 1403-01-05; Accepted: 1403-02-09 ; Published online: 1403-03-21

Article type: Research Article

Publisher: Qom Islamic Azad University

© the authors



## تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران<sup>۲</sup>

علیرضا زند

استادیار، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، ایران (نویسنده مسئول). azandi55@yahoo.com

غلامرضا فرجی

استادیار، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، ایران. tkiranreza@gmail.com

علیرضا طاعتی کواریم

کارشناسی ارشد، رشته مدیریت ورزشی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، ایران.

Mehrdadamani66700@gmail.com

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران بود. این تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی است که به شکل میدانی و با استفاده از پرسش‌نامه انجام شد. براساس اطلاعات دریافتی از سازمان ورزش شهرداری تهران، ۱۳۶۰ کارمند در سال ۱۴۰۰ شاغل بودند. براساس جدول مورگان T تعداد نمونه آماری ۳۰۲ نفر بدست آمد. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های جهانبانی (۱۳۹۷)، هویت اجتماعی ریچارد چنکینز (۲۰۰۸)، عملکرد شغلی کومپز و همکاران (۲۰۱۴) استفاده شد. از آمار توصیفی برای طبقه‌بندی نمرات خام، طراحی جدول توزیع فراوانی و محاسبه شاخص‌های پراکندگی نظیر میانگین و انحراف معیار و فراوانی استفاده شد. نتایج نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر دارد. لذا، ایجاد یک پایگاه داده مخصوص و ثبت درخواست‌های کارکنان با هدف فهم نیازها و انتظارات آنان در شبکه‌های اجتماعی پیشنهاد می‌شود. همچنین گفتگو با کارکنان از طریق برنامه‌های کاربردی شبکه‌های اجتماعی، جهت افزایش عملکرد کارکنان پیشنهاد می‌گردد.

**کلیدواژه‌ها:** شبکه‌های اجتماعی، هویت اجتماعی، عملکرد شغلی، سازمان ورزش شهرداری تهران، کارمندان.

<sup>۲</sup> پژوهش حاضر برگرفته از: پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشجو: علیرضا طاعتی کواریم، با عنوان «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران، استاد راهنما: علیرضا زند، استاد مشاور: غلامرضا فرجی، ارائه شده در دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۱۰؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۱/۱۰/۱۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲۰؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۲/۰۱/۰۱

نوع مقاله: مقاله پژوهشی  
ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم

© نویسندگان.



## مقدمه

یکی از اجتماعات شبکه‌ای، شبکه‌های اجتماعی مجازی است. شبکه‌های اجتماعی به عنوان ساختارهای اجتماعی ساخته شده از گره‌ها هستند، که معمولاً افراد یا سازمان‌ها را به وسیله یک یا چند نوع کنش خاص ارتباطی مثل تبادلات مالی، دوستی، تجارت، احساسات، تعصبات، سرگرمی‌ها و عادات، به هم مرتبط می‌نمایند. امروزه حجم عظیمی از اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی، بلاگ‌ها، سایت‌های اشتراک اطلاعات و حتی وبسایت‌های مربوط به بازی‌های آنلاین در دسترس هستند و مشتریان به طور چشمگیری رفتارهای خود را هم راستا با تکنولوژی و محیط اقتصادی دنیا تغییر می‌دهند؛ به طوری که آنها حجم زیادی از اطلاعات را از طریق شبکه‌های اجتماعی به دست می‌آورند، از محصولات باخبر و با آنها آشنا می‌شوند و اعتماد خود را نسبت به تبلیغات از دست می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز مفهوم جدیدی است که امروزه به همان سادگی مفهوم اجتماعی واقعی به کار می‌رود (بیمانی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). شبکه‌های اجتماعی، مدیران را با روش‌های جدید و متنوع، با کارمندان، مشتریان، جویندگان کار و سایر تماس‌های حرفه‌ای متصل می‌کند. با محورهای بین افراد از مکان‌ها و سازمان‌های مختلف، شبکه‌های اجتماعی فرصت‌های جدیدی برای برقراری ارتباط و همکاری ایجاد می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی نقش کلیدی در موفقیت‌های تجاری و پیشرفت‌های کاری ایفا می‌کنند (بن و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰). دامنه گسترش شبکه‌های اجتماعی عمومی در وب امروز به نحوی است که سازمان‌های گوناگون به دنبال بهره‌برداری از آنها هستند؛ زیرا سرمایه اجتماعی که در شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته است، بهترین ابزار برای فعالیت‌های گروهی و عمومی برای سازمان‌هاست. در راستای استفاده از شبکه اجتماعی می‌توان از شبکه‌های اجتماعی عمومی و شبکه‌های اجتماعی سازمانی نیز استفاده کرد؛ شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین یا روابط اجتماعی در میان افرادی که منافع یا فعالیت کسب و کار را به اشتراک می‌گذارند، تمرکز دارد. بسیاری از شرکت‌ها برای ترویج همکاری در میان کارکنان خود از شبکه‌های اجتماعی سازمانی استفاده می‌کنند که به اشتراک‌گذاری ایده و مهارت‌ها درباره چگونگی بهبود محیط کار می‌پردازد (پارک و همکاران، ۲۰۱۷).

جنکینز (۱۳۸۱)<sup>۵</sup> یکی از نظریه‌پردازان هویت اجتماعی بر این باور است که هویت اجتماعی، ترکیبی از مضامین درهم‌تنیده و تفکیک‌ناپذیر شباهت‌ها و تفاوت‌های انسانی در جریان کنش اجتماعی است. هویت‌های اجتماعی جمعی بر شباهت‌ها تأکید دارند و حتی آنها را می‌سازند. وی خاطر نشان می‌کند که هویت اجتماعی ویژگی همه انسان‌ها به عنوان موجودات اجتماعی است و برگرفته از مفهوم کلی «هویت» نیست؛ زیرا هویت همه موجودات، مواد و اشیاء را در بر می‌گیرد و قلمرو آن از انسانیت گسترده‌تر است. او در تعریف کلی خود از هویت اجتماعی، بر دو اصل شباهت و تفاوت تمرکز زیادی دارد. از نظر وی هویت اجتماعی به شیوه‌هایی اطلاق می‌شود که افراد و گروه‌ها در روابط اجتماعی خود، از سایر افراد متمایز می‌شوند و استفاده از آن برای ایجاد و تمایز سیستماتیک شباهت‌ها و تفاوت‌ها بین

<sup>۳</sup> . Bhimani

<sup>۴</sup> . Yen

<sup>۵</sup> Jenkins- Richard

افراد و جوامع است. شباهت، چه واقعی و چه از روی میل، کم‌تر از تفاوت مهم نیست. از نظر آیزنشتاب<sup>۶</sup>، هویت اجتماعی به طور طبیعی خلق نمی‌شود؛ بلکه با ساخت اجتماعی مرزها خلق می‌شود. مرزها، تمایز بین درون و برون، غریبه و آشنا، خویشاوند و غیرخویشاوند، دوست و دشمن، فرهنگ و طبیعت و تمدن و بربر را بنیان می‌نهند. هویت اجتماعی و آگاهی اجتماعی همانند بیشتر حوزه‌های حیات اجتماعی بر ساخته از الگوهای نظام فرهنگی و اجتماعی، کدها و چارچوب‌های عام هستی‌شناختی اند که در چارچوب آنها، پنداشت‌ها و تصورات رایج در باب نظم اجتماعی، حوزه‌های عمده تعامل اجتماعی، ساختار ترجیحات و مرزبندی‌های هویتی، تعریف و تصریح می‌شوند. براساس نظر آیزنشتات، الگوهای نظام فرهنگی و اجتماعی در نهایت با فرایندهای منازعه و رقابت بر سر کنترل و تخصیص منابع و منازعه بر سر هژمونی گفتمانی، در ارتباط است (عبداللهی و قادرزاده، ۱۳۸۸). سارجانت و هانام<sup>۷</sup> (۲۰۰۰) بیان می‌کند که کارکنان، مهم‌ترین و مؤثرترین عامل شناخته شده برای عملکرد شغلی و پیشرفت سازمانی خود هستند. بنابراین، برای دستیابی به عملکرد شغلی بالا، کارکنان باید انگیزه داشته باشند. بیشتر محققان تلاش خود را بر مطالعه کارکنان متمرکز کرده‌اند، تا عواملی که باعث ایجاد انگیزه در آنها و در نهایت، کارایی بیشتر آنها می‌شود را درک کنند. اهداف تعلیم و تربیت در جمهوری اسلامی ایران شامل زمینه‌هایی چون، پرورش صفات اخلاقی، تربیت انسان‌های سالم، خلاق و عاقل، افزایش سطح آگاهی عمومی، پرورش روحیه مشارکتی افراد و مانند آن است؛ در راستای این اهداف، موضوعاتی برای مقاطع و سطوح مختلف تحصیلی وجود دارد (شعبانی و مقامی، ۱۳۸۴). فراتر از آن، عملکرد شغلی کارکنان در قالب نوآوری، انگیزه، تعهد و... قابل بررسی است (کاو و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۱۶).

فریزی و وائتا<sup>۹</sup> (۲۰۱۸) تأثیر رسانه‌ها بر عملکرد ورزشکاران را مورد بررسی قرار دادند. پژوهش آنها یک نظرسنجی از ورزشکاران دانشگاه با این مفهوم بود که آیا استفاده از چهار رسانه (روزنامه‌ها، تلویزیون، رادیو یا اینترنت) بر احساسات، انگیزه‌ها و نگرش‌ها تأثیر دارد؟ نتایج نشان داد که استفاده از روزنامه‌ها و اینترنت، احساس استرس در بین ورزشکاران را کاهش می‌دهد. شاید به دلیل استفاده ورزشکاران از دو رسانه به عنوان انحراف از فشار از ورزش‌های رقابتی، استفاده از تلویزیون به هیچ‌یک از شاخصه‌های خودپنداره ورزشکاران مربوط نیست. پرانکا<sup>۱۰</sup> (۲۰۱۵) تحقیقی با عنوان «تویتر و ارتباطات ورزشی، تأثیر بر ورزشکاران، سازمان‌ها و رسانه‌های سنتی» را مورد بررسی قرار داد. این مقاله تأثیری را که «تویتر» بر ورزشکاران، لیگ‌های ورزشی و رسانه‌ها داشته است را بررسی کرد. نتایج نشان داد که تویتر بر ورزشکاران و سازمان‌ها می‌تواند تأثیر بگذارد. بیمانی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی بر عملکرد و نوآوری شغلی کارکنان» به این نتیجه رسیدند که استفاده مداوم از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد و نوآوری شغلی کارکنان تأثیر دارد. باتوجه به مطالب عنوان شده، هدف پژوهش حاضر پاسخ به این سوال

<sup>۶</sup> Eisenstadt bis

<sup>۷</sup> . Sargant & Hannum

<sup>۸</sup> . Cao

<sup>۹</sup> . Frisby & Wanta

<sup>۱۰</sup> . Prunka

است که آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش شهرداری شهر تهران تأثیر دارد؟

### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، همبستگی بوده که به صورت میدانی انجام شده است. براساس اطلاعات گرفته شده از سازمان ورزش شهرداری تهران، ۱۳۶۰ کارمند در سال ۱۴۰۰ در این سازمان، در حال فعالیت هستند. نمونه آماری طبق جدول مورگان، ۳۰۲ نفر از کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران است. برای انجام این پژوهش از سه پرسش‌نامه به شرح زیر بود:

برای سنجش شبکه‌های اجتماعی از پرسش‌نامه استاندارد ۱۹ سؤالی جهانیانی (۱۳۹۷) استفاده شد. این پرسش‌نامه دارای سه مؤلفه میزان استفاده، نوع استفاده و میزان اعتماد است. پرسش‌نامه هویت اجتماعی با توجه به دو بُعد هویت فردی و جمعی برگرفته از نظریات چنکینز<sup>۱۱</sup> (۲۰۰۸)، توسط صفاری‌نیا و روشن (۱۳۹۰) ساخته شده است. این پرسش‌نامه که از نوع مداد - کاغذی و خود گزارش‌دهی است و مشتمل بر ۲۰ گویه می‌باشد که ۱۰ گویه دوم آن نشان دهنده بعد فردی و ۱۰ گویه اول، نشان‌دهنده بعد جمعی است. برای اندازه‌گیری عملکرد شغلی از پرسش‌نامه کومپز و همکاران<sup>۱۲</sup> (۲۰۱۴) استفاده شد. این پرسش‌نامه شامل ۲۷ سؤال بر اساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت با گزینه‌های کاملاً مخالفم، مخالفم، بدون نظر، موافقم و کاملاً موافقم به ترتیب امتیازات ۱ تا ۵ است. از آمار توصیفی برای طبقه‌بندی نمرات خام، طراحی جدول توزیع فراوانی و محاسبه شاخص‌های پراکندگی مانند میانگین و انحراف معیار و فراوانی استفاده شد. همچنین فرضیه‌های تحقیق با استفاده از تحلیل مسیر و با استفاده از نرم‌افزار PLS مورد آزمون قرار گرفتند.

<sup>۱۱</sup> . Jenkins

<sup>۱۲</sup> . Koopmans

### یافته‌های تحقیق

جدول (۱) یافته‌های توصیفی مربوط به اطلاعات فردی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران را نشان می‌دهد.

جدول ۱ - توزیع کارکنان از لحاظ ویژگی‌های فردی

ویژگی	شاخص‌های آماری	
	جنسیت / مقطع تحصیلی	فراوانی
جنسیت	زن	۱۵۳
	مرد	۱۴۹
وضعیت تأهل	مجرد	۸۴
	متأهل	۲۱۸
تحصیلات	دیپلم و فوق دیپلم	۴۲
	کارشناسی	۵۶
	کارشناسی ارشد	۱۲۶
	دکتری	۷۸

جدول (۲) نشان می‌دهد، که آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای شبکه‌های اجتماعی، هویت اجتماعی و عملکرد شغلی معنادار است. همچنین با توجه به مقادیر شاخص میانگین واریانس استخراج شده، روایی همگرا تأیید می‌شود.

جدول ۲ - مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و شاخص متوسط واریانس استخراج شده برای متغیرهای تحقیق

مؤلفه‌ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE	سطح معناداری
شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۸	۰/۸۲	۰/۶۱	۰/۰۰۱
هویت اجتماعی	۰/۷۱	۰/۷۷	۰/۶۳	۰/۰۰۱
عملکرد شغلی	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۵۲	۰/۰۰۱

نتایج جدول شماره (۳)، روایی واگرا را مورد تأیید قرار می‌دهد (فورنل و لاکر، ۱۹۸۱).

جدول ۳ - مقادیر شاخص فورنل و لاکر به منظور تعیین روایی واگرای بخش اندازه‌گیری مدل تحقیق

مؤلفه‌ها	۱	۲	۳
شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۸		
هویت اجتماعی	۰/۷۶	۰/۷۹	
عملکرد شغلی	۰/۷۱	۰/۶۰	۰/۷۲

جدول (۴) نشان می‌دهد، که مقادیر  $R^2$  متغیرهای هویت اجتماعی و عملکرد شغلی، دارای کیفیت و قدرت پیش‌بینی مناسبی هستند.

جدول ۴- مقادیر شاخص‌های بررسی توسعه هواداری و قدرت پیش‌بینی مدل اندازه‌گیری پژوهش

مؤلفه‌ها	شاخص اشتراکی $Q^2$	$R^2$	سطح معناداری
شبکه‌های اجتماعی	-	-	۰/۰۰۱
هویت اجتماعی	۰/۲۲	۰/۵۸	۰/۰۰۱
عملکرد شغلی	۰/۳۱	۰/۷۷	۰/۰۰۱

جدول ۵، نشان دهنده شاخص GOF (مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی و متوسط ضرایب تعیین) است؛ که مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب را قوی، متوسط و ضعیف ارزیابی می‌نماید (استیونز، ۲۰۰۹).

جدول ۵- برازش متغیرها و مدل کلی تحقیق با استفاده از معیار GOF

متغیر	Communalities	$R^2$
شبکه‌های اجتماعی	۰/۸۲	-
هویت اجتماعی	۰/۷۷	۰/۵۸
عملکرد شغلی	۰/۹۰	۰/۷۷
معیار GOF	۰/۷۷	

$$GOF = \sqrt{(\text{communality}) \times (R \text{ square})}$$

بر اساس محاسبه‌های انجام شده بر مبنای فرمول بالا، مقدار شاخص نیکویی برازش برای مدل پژوهش حاضر، برابر با ۰/۷۷ محاسبه شد، که این مقدار خوب و قوی است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که برازش کلی، مدل مناسب است.

آماره‌های جدول (۶) نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر دارد ( $t=15/60$ ). همچنین، استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر دارد ( $t=7/50$ ).

جدول ۶- نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیه اول

نتیجه آزمون	معناداری (T-Value)	ضریب مسیر	مسیر ساختاری
تأیید	۱۵/۶۰	۰/۷۶	استفاده از شبکه‌های اجتماعی ← هویت اجتماعی
تأیید	۷/۵۰	۰/۵۵	استفاده شبکه‌های اجتماعی ← عملکرد شغلی

برای رفع ابهام از نتایج و تعیین اثر غیرمستقیم از طریق متغیر واسطه، از آماره به نام VAF استفاده می‌شود که مقداری بین ۰ تا ۱ می‌گیرد و هرچه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، تأثیر متغیر میانجی قوی‌تر است. در واقع این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم به اثر کل را اندازه‌گیری می‌کند.

#### روش محاسبه VAF

VAF از طریق فرمول زیر به دست می‌آید:

A: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

B: مقدار ضریب مسیر متغیر میانجی و وابسته

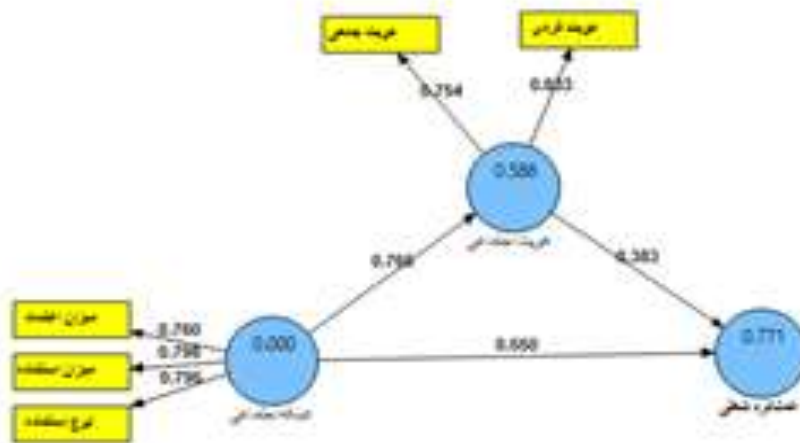
C: مقدار ضریب مسیر متغیر مستقل و وابسته

$$VAF = \frac{A * B}{(A * B) + C}$$

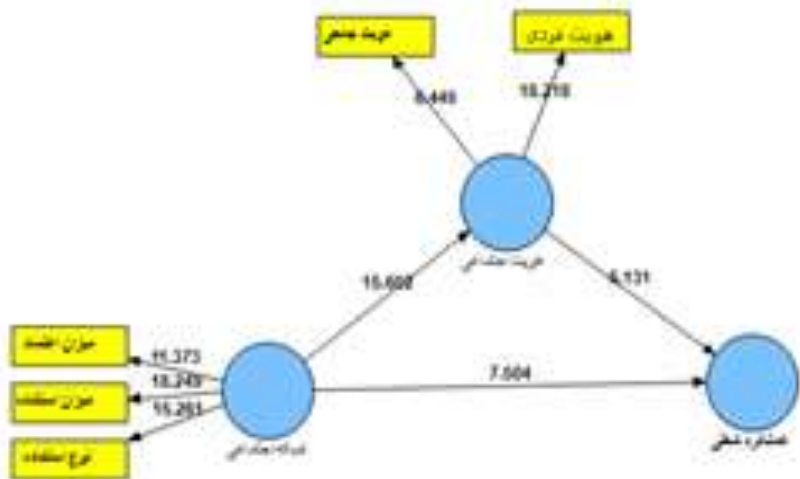
$$VAF = \frac{0/76 * 0/38}{(0/76 * 0/38) + (0/55)} = 0/33$$

این بدان معناست که ۳۳ درصد از اثر کل استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی از طریق متغیر هویت اجتماعی تبیین می‌شود.





شکل ۱- مدل برازش شده پژوهش (ضرایب معناداری)



شکل ۲- مدل ترسیم شده همراه با ضرایب معناداری Z

## نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر دارد. یکی از انواع شبکه، شبکه‌های اجتماعی مجازی است. شبکه‌های اجتماعی، ساختارهای اجتماعی هستند که از گره‌هایی تشکیل شده‌اند که معمولاً افراد یا سازمان‌ها را از طریق یک یا چند نوع ارتباط خاص، مانند مبادلات مالی، دوستی‌ها، تجارت، احساسات، تعصبات، سرگرمی‌ها و عادت‌ها به هم متصل می‌کنند. امروزه حجم عظیمی از اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، سایت‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات و سایت‌های بازی آنلاین موجود است و مشتریان به‌طور چشمگیری رفتارهای خود را مطابق با فناوری و محیط اقتصادی جهان تغییر می‌دهند. آنها اطلاعات زیادی به دست می‌آورند، از محصولات آگاه هستند و با آنها آشنا می‌شوند و اعتماد خود را به تبلیغات از دست می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز مفهوم جدیدی هستند که امروزه به راحتی به عنوان مفهوم اجتماعی واقعی مورد استفاده قرار می‌گیرند. علاوه بر آن، دامنه گسترش شبکه‌های اجتماعی عمومی در وب به حدی است که سازمان‌های مختلف به دنبال بهره‌برداری از آنها هستند؛ زیرا سرمایه اجتماعی که در شبکه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد، بهترین ابزار برای فعالیت‌های گروهی و عمومی سازمان‌هاست. برای استفاده از شبکه اجتماعی می‌توان از شبکه‌های اجتماعی عمومی و شبکه‌های اجتماعی سازمانی استفاده کرد. شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین یا روابط اجتماعی میان افرادی که علایق یا فعالیت‌های تجاری مشترک دارند، تمرکز دارند. بسیاری از شرکت‌ها از شبکه‌های اجتماعی سازمانی برای ترویج همکاری میان کارکنان خود، به اشتراک گذاشتن ایده‌ها و مهارت‌ها در مورد چگونگی بهبود محیط کار استفاده می‌کنند.

نتایج تحقیق نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر دارد. سارجانت و هانام (۲۰۰۰) بیان می‌کنند که کارکنان، مهم‌ترین و مؤثرترین عامل شناخته شده، در برابر عملکرد شغلی خود و پیشرفت سازمان هستند؛ لذا برای کسب عملکرد شغلی بالا، کارکنان باید برانگیخته شوند. بیشتر محققان، تلاش‌های خود را بر روی مطالعه کارکنان متمرکز نموده‌اند تا بدین وسیله، عواملی را که بر انگیزه و در نتیجه کارایی بیشتر آنها تأثیر می‌گذارد، درک و شناسایی نمایند. اهداف آموزش و پرورش در نظام جمهوری اسلامی ایران شامل حیطه‌هایی نظیر رشد خصلت‌های اخلاقی، پرورش انسان‌های سالم، خلاق و منطقی، افزایش سطح آگاهی‌های عمومی، توسعه روحیه مشارکتی افراد و مواردی از این قبیل است که بدین منظور نیز، درس‌ها و سرفصل‌هایی برای مقاطع و سطوح تحصیلی مختلف در نظر گرفته شده است (شعبانی و مقامی، ۱۳۸۴). علاوه بر آن، عملکرد شغلی کارکنان در قالب نوآوری، انگیزه، تعهد و... قابل بررسی است (کاو و همکاران، ۲۰۱۶). روسپ) بیان می‌کنند عملکرد سازمانی، پدیده‌ای پیچیده است که شاید ساده‌ترین تعبیر برای آن را بتوان، مجموعه فعالیت‌های معطوف به دستیابی سازمانی دانست. سومین نتیجه این پژوهش آن است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بر عملکرد شغلی با نقش میانجی هویت اجتماعی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران، تأثیر دارد. از آنجائی که امروزه، سازمان‌ها ابزاری برای اجرای اهداف اجتماعی و پدیده‌ای فراگیر هستند، پس، نیروی انسانی یک عامل جدایی‌ناپذیر محسوب می‌شود. در حقیقت نیروی انسانی، عنصر جدایی‌ناپذیر، بزرگ‌ترین و مهم‌ترین سرمایه و دارایی هر سازمان است. سازمان

ورزش شهرداری تهران نیز مانند بسیاری از سازمان‌ها برای رسیدن به اهداف سازمانی از پیش تعریف شده خود، نیازمند منابع‌های بسیاری است. لذا، این سازمان باید تلاش کند با همکاری کلیه منابع انسانی خود و به کارگیری امکانات فنی و استفاده از تجارب گذشته و ابتکاری نیروهای کارآمد، گام‌های مؤثری را در جهت اهداف سازمانی خود بردارد. مدیران و دست‌اندرکاران سازمان ورزش شهرداری تهران، به دلیل ساختار سازمانی موجود در نظام هویتی سازمان و نبود تعهد سازنده، با مشکلات زیادی در زمینه ارتباطات سازمانی - اعم از رسمی و غیررسمی - رو به رو هستند و این مسئله به نوبه خود باعث کاهش انگیزه در بدنه سازمان می‌شود (نادی، ۱۳۹۵). از آنجائی که هر سازمانی برای رسیدن به اهدافی خاص به وجود آمده است، پس دستیابی به این اهداف (اثر بخشی سازمان) و استفاده بهینه از منابع (کارآیی)، در گرو عملکرد کارکنان آن سازمان است. در حقیقت عملکرد شغلی، به عنوان ارزش سازمانی رفتارهای شغلی کارکنان در زمان‌ها و موقعیت‌های شغلی تعریف می‌شود. به طور کلی، عملکرد عبارتست از مجموع رفتارهای مرتبط با شغل که افراد از خود بروز می‌دهند (جس و گریگوری، ۱۳۸۰). در واقع عملکرد واژه‌ای است، که هم مفهوم فعالیت برای انجام کار و هم نتیجه کار را یک‌جا در بر دارد. عملکرد کارمند در شغلش نشان دهنده توانایی‌های بالفعل و بالقوه و همچنین نقاط ضعف و قوت اوست. در نتیجه، با ارزیابی فرد و کسب اطلاعاتی در این زمینه می‌توان مسیر شغلی فرد را در سازمان ترسیم نمود. با توجه به اینکه در شبکه‌های مجازی، تبادل اطلاعات، ارتباطات و همکاری بین افراد مهم‌ترین هدف به حساب می‌آید، شناخت و بررسی هویت اجتماعی بین اعضای این شبکه‌های مجازی مهم و ضروری به نظر می‌رسد. هویت اجتماعی، دسترسی اعضای شبکه به منابع و حمایت‌های موجود در شبکه را تسهیل کرده و شرایط ارتباطات بین آنها را بهتر فراهم می‌کند؛ با دقت در تعاریف هویت اجتماعی درک خواهد شد که این مفهوم بر مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک سازمان و گروه تأکید دارد.

به طور کلی نتایج این پژوهش نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی و عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر دارد. همان‌طور که پیش‌تر مطرح شد، شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین یا روابط اجتماعی میان افرادی که علایق یا فعالیت‌های تجاری مشترک دارند، تمرکز دارند. بسیاری از شرکت‌ها از شبکه‌های اجتماعی سازمانی برای ترویج همکاری میان کارکنان خود، به اشتراک گذاشتن ایده‌ها و مهارت‌ها در مورد چگونگی بهبود محیط کار استفاده می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی سازمانی قابلیت‌های دانشی را در سازمان متحول و غنی می‌کنند و مشارکت در این شبکه‌ها باعث افزایش قابلیت‌های دانشی افراد و در نتیجه بهبود عملکرد کارکنان می‌شود. کسب دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی را می‌توان انباشت تجربیات مختلف برای واکنش به فرصت‌ها، اشتباهات و تهدیدها توصیف کرد. بنابراین، کسب دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی یادگیری را بهینه می‌کند. افراد با پردازش، مقایسه و ترکیب دانش خود با دیگران نیز می‌توانند دانش خود را گسترش دهند.

از آنجایی که یافته‌های تحقیق نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر دارد؛ لذا ایجاد یک پایگاه داده مخصوص و ثبت درخواست‌های کارکنان با هدف فهم نیازها و انتظارات آنان در شبکه‌های اجتماعی پیشنهاد می‌شود. همچنین، یافته‌های تحقیق نشان داد که استفاده از شبکه‌های

اجتماعی بر هویت اجتماعی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر دارد؛ در نتیجه، انتشار محتوا و گفتگوهای جالب و اطلاعات و تجربیات شخصی با دیگران، با استفاده از بستر شبکه‌های اجتماعی پیشنهاد می‌شود. در نهایت، یافته‌های تحقیق نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی با نقش میانجی هویت اجتماعی کارکنان سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر دارد؛ بنابراین، گفتگو با کارکنان از طریق برنامه‌های کاربردی شبکه‌های اجتماعی جهت افزایش عملکرد کارکنان پیشنهاد می‌شود.

## منابع

- جس، ف.؛ گریگوری، ف. (۱۳۸۰). *نظریه‌های شخصیت*. تهران: روان.
- جنکینز، ریچارد دین (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- جهانبانی، نجیب‌الله (۱۳۹۷). *بررسی رابطه بین شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی بر سلامت روان مدیران مدارس متوسطه دوره اول آموزش و پرورش شهرستان چابهار*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندر جاسک.
- شعبانی، حسن؛ مقامی، حمیدرضا (۱۳۸۴). *تأثیر روش آموزش مسأله‌محور بر افزایش خلاقیت و پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان پایه سوم راهنمایی شهر دلیجان*. *دانش و پژوهش در علوم تربیتی*، شماره ۷، ص ۱-۱۸.
- عبداللهی، محمد؛ قادرزاده، امید (۱۳۸۸). *هویت اجتماعی غالب کردها در کشورهای ایران و عراق*. *نامه علوم اجتماعی*، ۱۷(۳۶)، ص ۱-۲۵.
- نادی، محمدعلی (۱۳۹۵). *رابطه بین هویت اجتماعی و تعهد سازمانی با ارتباطات سازمانی در بین کارکنان سازمان ورزش و جوانان استان اصفهان و یزد*. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۸(۳۷)، ص ۱۶۱-۱۸۰.

Bhimani, H., Mention, A.L. & Barlatier, P.J. (۲۰۱۹). Social media and innovation: A systematic literature review and future research directions. *Technological Forecasting and Social Change*, ۱۴۴, p.۲۵۱-۲۶۹.

Cao, X., Guo, X., Vogel, D. & Zhang, X. (۲۰۱۶). Exploring the influence of social media on employee work performance. *Internet Research*, ۲۶(۲), p.۵۲۹-۵۴۵.

Fornell, C. & Larcker, D.F. (۱۹۸۱). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, ۱۸(۱), p.۳۹-۵۰.

Frisby, C.M. & Wanta, W. (۲۰۱۸). Media hype and its influence on athletic performance. *Advances in Journalism and Communication*, ۶(۰۱), p.۱-۱۵.

Kim, N., Park, S. (۲۰۱۷). The relationship between media sports involvement experiences and sports values and sports participation. *International Journal of Applied Engineering Research*, ۱۲(۲۰), p.۹۷۶۸-۹۷۷۳.

Koopmans, L., Bernaards, C.M., Hildebrandt, V.H., Van Buuren, S., Park, J.Y., Im, I. & Sung, C.S. (۲۰۱۷). Is social networking a waste of time? The impact of social network

and knowledge characteristics on job performance. *Knowledge Management Research & Practice*, ۱۵(۴), p.۵۶۰-۵۷۱.

Prunka, M. (۲۰۱۵). *Twitter and sports communication: The effect on athletes, organizations and the traditional media.* URL=<https://libres.uncg.edu/ir/listing.aspx?id=۲۰۱۸۳>

Stevens, J.P. (۲۰۰۹). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences* (۵<sup>th</sup> Ed.). USA: Routledge.

Van der Beek, A.J. & De Vet, H.C. (۲۰۱۴). Improving the individual work performance questionnaire using rasch analysis. *Journal of applied measurement*, ۱۵(۲), p. ۱۶۰-۱۷۵.

Yen, Y.-S., Chen, M.-C. & Su, C.-H. (۲۰۲۰). Social capital affects job performance through social media. *Industrial Management & Data Systems*, ۱۲۰(۵), p. ۹۰۳-۹۲۲.