



SCIENCES AND TECHNIQUES OF
INFORMATION MANAGEMENT
Vol. 5, No. 1, SPRING 1398
APRIL/2018



موسسه آزاد اسلامی

مجله علمی-تخصصی مدیریت اطلاعات

سال پنجم، شماره اول - بهار ۱۳۹۸ شماره پیاپی ۱۴

Effects of Sharing Information in Social Networks on the Skills of Staff and the Moderating Role of Social Networking Capabilities (Case Study: Libraries of Islamic Azad University of Tehran)

Ziba Mohammadzadeh Ravishti¹
Safiyeh Tahmasebi Limooni²

(Received: 12 January 2019; Accepted: 5 June 2019)

Abstract

Purpose: to determine the effects of sharing information in social networks on the skills of staff according to moderating role of social networking capabilities.

Methodology: an applied one in terms of its goal a descriptive-survey in terms of method used. The statistical population of this research was all managers, supervisors and experts of libraries at Islamic Azad University of Tehran. Based on Cochran test, a number of 132 out of 200 employees was selected as a sample. Data on sharing information on social networks were gathered by a questionnaire. Data analysis was conducted using Path analysis by the SPSS 24 and Smart Plus software at a significant level less than 0.05.

Findings: job performance with an average of (3.794) and knowledge sharing through social networks with an average of (3.785) were satisfactory and social networking capacity (3.399) was in a near-moderate situation. Analyzing results showed that information sharing in social networks has a significant effect on employees' job performance. Moreover, the role of moderating social networking capabilities was also confirmed.

Conclusion: social networks help employees to share knowledge more easily and quickly at the organizational level and provide a way to achieve organizational goals. Therefore, specific and planned measures need be taken into account to upgrade and utilize social networking capabilities.

Keywords: social networking capabilities, sharing ' information, members according

1 Ph.D. Student of Information Science and Knowledge Department, Research Officer, Payame Noor University, Tehran, Iran. Zibamohammadzadeh53@gmail.com

2 Ph.D. Information Science and Knowledge Department, Islamic Azad University, Babol Branch, Babol, Iran (Corresponding Author). sa.tahmasebi2@gmail.com



بررسی تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی*

(مورد مطالعه: کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران)

زیبا محمدزاده روشنی^۱

منفیه طهماسبی لیمونی^۲

(صفحات ۱۳۱-۱۶۲)

چکیده

هدف: هدف این پژوهش تعیین تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی بود.

روش‌شناسی: این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش در زمره تحقیقات توصیفی - پیمایشی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه مدیران، سرپرستان و کارشناسان کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران بود. حجم نمونه براساس آزمون کوکران از جامعه ۲۰۰ نفری کارکنان ۱۳۲ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری، پرسشنامه استاندارد با ضریب پایایی ۰/۸۹۶ براساس ضریب آلفای کرونباخ بود. ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز نرم‌افزار SPSS24 و اسمارت پی. ال. اس. بود. به منظور پاسخگویی به سؤالات و فرضیه پژوهش از تحلیل مسیر استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که عملکرد شغلی با میانگین ۳/۷۹۴ و تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی نیز با میانگین ۳/۷۸۵ دارای وضعیت مطلوب است و قابلیت شبکه اجتماعی (۳/۳۹۹) در وضعیت نزدیک به متوسط قرار دارد. نتایج آزمون تحلیل نشان داد تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان تأثیر معنی‌داری دارد. همچنین نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی نیز تأیید شد.

نتیجه‌گیری: نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی به کارکنان کمک می‌کند تا راحت‌تر و سریع‌تر به تسهیم دانش در سطح سازمان بپردازند و راه را برای دستیابی به اهداف سازمانی فراهم سازد. بنابراین، جهت ارتقاء و بهره‌برداری از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی باید اقداماتی مشخص و برنامه‌ریزی شده صورت گیرد.

کلیدواژه‌ها: شبکه اجتماعی، تسهیم اطلاعات، عملکرد شغلی، کتابخانه‌ها، دانشگاه آزاد اسلامی.

* تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۲۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۳/۱۵.

۱ دانشجوی دکتری، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل، بابل، ایران.

Zibamohammadzadeh53@gmail.com

۲ دکتری، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، بابل، ایران (نویسنده مسئول).

sa.tahmasebi2@gmail.com

مقدمه

کتابخانه‌های دانشگاهی با فراهم کردن منابع علمی و تسهیل دسترسی برای جامعه استفاده‌کننده، در ردیف کتابخانه‌های مهم شناخته می‌شوند. با توجه به نقش محوری کتابخانه‌های دانشگاهی در تأمین نیازهای اطلاعاتی، راهنمایی و ارائه اطلاعات با کیفیت به استفاده‌کنندگان، این کتابخانه‌ها از مهم‌ترین پایگاه‌های اطلاع‌رسانی علمی، آموزشی و پژوهشی کشور شمرده می‌شوند (ولی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶). از این‌رو، بررسی عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد آن‌ها از اهمیت بسزایی برخوردار است. اخیراً مفهوم کتابخانه از یک مکان فیزیکی که برای دریافت اطلاعات باید به‌طور حضوری به کتابخانه مراجعه می‌شد به یک فضای مجازی اجتماعی تغییر کرده و دسترسی به آن از طریق ارتباط و همکاری در دانش موجود ممکن است (ایزین^۱، ۲۰۱۲). کتابخانه‌های دانشگاهی نیز همواره در استفاده از فناوری‌های جدید و تجهیزات پیشرفته برای ارائه خدمات و ایجاد فضایی بهتر و راحت‌تر برای تحقیق و پژوهش پیشرو بوده و هستند. از زمانی که وب پدید آمد، کتابخانه‌ها و متخصصان علم اطلاعات برای آینده کتابخانه‌ها اصلاحاتی انجام داده‌اند (اسکال^۲، ۲۰۰۸). یکی از عوامل مؤثر بر عملکرد سازمان‌ها، منابع غیرملموسی است که در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد. از میان منابع غیرملموسی که موفقیت سازمان‌ها را متأثر می‌سازد، می‌توان به

1. Ezeani
2. Scale

تسهیم دانش اشاره کرد (کواهک^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). تسهیم دانش یکی از فرایندهای حیاتی مدیریت دانش است و در چرخه حیات دانش، فرایند مهمی به شمار می‌رود و جایگاه ویژه‌ای در مدیریت دانش دارد (هولس اپل و جوش، ۲۰۰۴^۲). امروزه رقابت‌پذیری یک سازمان تا حد زیادی به اثربخشی مدیریت دانش بستگی دارد (باویک^۳ و همکاران، ۲۰۱۷). موفقیت مدیریت دانش نیز به‌طور وسیعی بر تمایل کارکنان به تسهیم دانش متکی است (هوانگ، هسیه و هی، ۲۰۱۴^۴).

تسهیم دانش به‌عنوان یک فعالیت دانش‌محور، اساسی‌ترین ابزاری است که از طریق آن کارکنان می‌توانند دانش خود را به صورت دوجانبه مبادله کنند و در به‌کارگیری، نوآوری دانش و نهایتاً در مزیت رقابتی سازمانی سهیم شوند (ونگ و نو، ۲۰۱۰^۵). کلیه فعالیت‌های مربوط به انتقال یا توزیع دانش از یک فرد یا سازمان به فرد، گروه یا سازمان دیگر، فرآیند انتشار یا تسهیم دانش نامیده می‌شود (لی^۶، ۲۰۰۱). در الگوهای سنتی، سازمان‌ها و افراد اغلب تمایلی به انتقال و تسهیم دانشی که از آن برخوردار بودند را نداشته و به‌جای اینکه به دانش به‌عنوان یک سرمایه علمی نگاه کنند، آن را به‌عنوان منبع قدرت، اهرم نفوذ و ضامن استمرار شغل خود می‌پنداشته و تمایلی به تسهیم آن با دیگران نداشتند. سازمانی که از تسهیم اطلاعات و خلق دانش در میان اعضایش حمایت می‌کند، بیشتر می‌تواند فرآیندهای مؤثر و کارآمدی را تعریف کند و عملکرد سازمانی خود را بهبود بخشد (پالانیسامی^۷، ۲۰۰۸). در سازمانی که از فرهنگ تسهیم دانش برخوردار است، افراد ایده‌ها و بینش‌های خود را با دیگران تسهیم می‌کنند، زیرا به‌جای اینکه مجبور به این کار باشند، آن را یک فرایند طبیعی می‌دانند. بنابراین، باید در بین اعضای سازمان این انگیزه را به وجود آورد که بدون ترس از دست دادن موقعیت خود به تسهیم دانش در سازمان

1. Kwahk
2. Holsapple & Joshi
3. Bavik
4. Huang, X., Hsieh, J. J. & He, W.
5. Wang & Noe
6. Lee
7. Palanisamy

بپردازند (هسو^۱، ۲۰۰۸). در نتیجه، محققان و دست‌اندرکاران حوزه‌های مربوطه توجه فزاینده‌ای به قابلیت‌های سازمانی برای شناسایی، اخذ، ایجاد، تسهیم و جمع‌آوری دانش معطوف داشته‌اند (میچاسلوا و هاستد^۲، ۲۰۰۳). تسهیم (اشتراک‌گذاری) دانش در سازمان یک فعالیت مهم است که منجر به افزایش توانایی فرد برای بازیابی داده‌های جدید و منابع به‌منظور یادگیری، حل مسئله و بهبود فردی می‌شود (دین و هارون^۳، ۲۰۱۲). تسهیم دانش مؤثر بین اعضای سازمان منجر به کاهش هزینه‌ها در تولید دانش و در داخل سازمان شده و سازمان را قادر به حل تضمین انتشار بهترین روش‌های کاری مسائل و مشکلات خود می‌نماید. اشتراک‌گذاری دانش پلی میان دانش افراد و دانش سازمان است که می‌تواند ظرفیت جذب و نوآوری را بالا برده و بدین ترتیب منجر به ایجاد مزیت رقابتی شود (کائو^۴ و همکاران، ۲۰۱۲).

امروزه، موضوع پذیرش و کاربرد فناوری اطلاعات، بحث اصلی در هر سازمان است و به دلیل سودمندی و ضرورت استفاده از رایانه‌ها، مدیران نیز به‌طور مداوم درگیر تصمیم‌گیری، سرمایه‌گذاری، پذیرش و استفاده از فناوری اطلاعات در سازمان می‌باشند (راویچاندران^۵، ۲۰۱۷) با گسترش اینترنت در سالهای اخیر، گسترش برنامه‌های کاربردی مبتنی بر آن را نیز به همراه داشته است و شبکه‌های اجتماعی، یکی از مهم‌ترین و موفق‌ترین این برنامه‌ها می‌باشند (دونگ^۶ و همکاران، ۲۰۱۳). در طول دهه گذشته استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌طور معنی‌داری افزایش یافته است (مورنو^۷ و همکاران، ۲۰۱۲). پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی امروزه به‌عنوان کانال‌های ارتباطی غالب ظهور کرده‌اند که در آنها افراد با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و اطلاعات به اشتراک می‌گذارند و در مورد آنها تحقیق می‌کنند. این شبکه‌ها به‌شدت سهل‌الوصول بوده و در هر مکان و هر زمانی

1. Hsu
2. Michailova & Husted
3. Din, N. and Haron
4. Cao
5. Ravichandran
6. Dong
7. Moreno

قابل استفاده‌اند (هونگ^۱، ۲۰۱۵). لذا فرایند تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی در سازمان‌ها و بین کارکنان رو به افزایش است (کواهک و همکاران، ۲۰۱۶). شبکه‌های اجتماعی، جهان را تغییر داده‌اند. از طریق استفاده از گوشی‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی، دسترسی به اطلاعات، نسبت به قبل افزایش زیادی یافته است (اگنیهورتری^۲ و همکاران، ۲۰۱۵). اخیراً پیدایش رسانه‌های اجتماعی و استفاده از این رسانه‌ها جزء جدایی‌ناپذیری از سازمان‌ها شده و بر روی کلیه جوانب آنها، تأثیر مستقیم داشته است. رسانه‌های اجتماعی ابزاری قدرتمند است که به کاربران اجازه، توسعه، گسترش اظهارنظر راجع به تجارب و اطلاعات خود را می‌دهد (چانگ^۳ و همکاران، ۲۰۱۵).

شبکه‌های اجتماعی در واقع، خدمات مبتنی بر وب است که به افراد اجازه ساخت یک پروفایل عمومی یا نیمه‌عمومی درون یک سیستم محدود، برقراری ارتباط با کاربران دیگر و مشاهده صفحات و جزئیاتی که کاربران دیگر در درون سیستم ایجاد کرده‌اند، می‌دهد (باران و استوک^۴، ۲۰۱۵). شبکه‌های اجتماعی مجموعه‌ای از افراد (سازمان‌ها یا سایر نهادهای اجتماعی) است که از طریق مجموعه‌ای از روابط اجتماعی مانند دوستی‌ها، همکاری‌ها یا تبادل اطلاعات با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند (پارک^۵ و همکاران، ۲۰۱۵)؛ به عبارت دیگر، شبکه‌های اجتماعی یک فناوری است که به ترویج آگاهی جمعی با استفاده از مذاکره اجتماعی در میان گروهی از افراد که به یک هدف یا یک عمل مشترک مشغول‌اند، توجه دارد (لاهیرو و موسلی^۶، ۲۰۱۵).

شبکه‌های اجتماعی به دلیل راحتی و اثربخشی، محبوبیت زیادی در خارج و داخل محل کار پیدا کرده است (شیر^۷ و همکاران، ۲۰۱۷). اشتراک‌گذاری دانش از طریق

1. Hong
2. Agnihotri
3. Chang
4. Baran & Stock
5. Park
6. Lahiri & Moseley
7. Sheer

شبکه‌های اجتماعی به فرایندی اشاره دارد که با استفاده از شبکه‌های اجتماعی دانش به شکلی تبدیل شود که از سوی دیگران فهم، جذب و استفاده گردد (هونگ و همکاران، ۲۰۱۱). کارکنان می‌توانند از طریق استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به بحث و گفتگو درباره مسائل کاری در هر زمانی که مور نیاز است، پردازند (پسلاک^۱ و همکاران، ۲۰۱۰). با توجه به کاربرد آسان و سریع برنامه‌های پیام‌رسان که تجربه ارتباط ملموس‌تر و بهتری را به ایمیل فراهم می‌سازد، می‌تواند منجر به ایجاد و حفظ روابط در سرتاسر سازمان گردد (او و همکاران، ۲۰۱۴). همچنین شبکه‌های اجتماعی می‌تواند دانش را غنی‌تر و دقیق‌تر تسهیم کند (استلزنر^۲، ۲۰۱۲). لذا، با توجه به مزایای استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌توان، اثرات استفاده از آن را، بر تسهیم دانش کارکنان در سازمان که بر توانایی آنها در واکنش سریع و مناسب و سازگاری با تغییرات تمرکز دارد، مورد توجه قرار داد (کای^۳ و همکاران، ۲۰۱۸). بنابر تحقیق کواهک و همکاران (۲۰۱۶) تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی دارای چهار بعد تعامل اجتماعی، هنجارهای ذهنی، کارآمدی اطلاعات و لذت کمک کردن است.

تعامل اجتماعی، مفهوم تعامل فراتر از شرکت در جامعه است؛ تعامل یعنی همکاری با کاربران که علائق و اهداف مشترکی با هم دارند (دیوس^۴، ۱۹۸۹).

هنجار ذهنی، عبارت است از باور فرد درباره تفکر و نظر افراد مرجع درباره انجام یک رفتار خاص توسط فرد. هنجار ذهنی، انگیزش فرد برای پیروی از نظرات افراد مرجع در مورد انجام یک رفتار خاص دارد (غفاری آشتیانی و همکاران، ۱۳۹۰).

کارآمدی اطلاعات، میزانی که شخص معتقد است استفاده از یک سیستم خاص بر سطح عملکرد او می‌افزاید (ونکاتش^۵، ۲۰۰۳). یعنی میزانی که یک فناوری از نظر شخص موجب می‌شود تا در شرایط مساوی از امکانات موجود بهره بیشتری ببرد. ادراک

1. Peslak
2. Stelzner
3. Cai
4. Davis
5 Venkatesh

از مفید بودن به میزان تصور فرد در مورد بهبود عملکرد شخص با استفاده از یک تکنولوژی خاص اشاره دارد (دیوس و همکاران، ۱۹۸۹).

لذت کمک کردن، کمک کردن به منظور دستیاری و کمک‌رسانی به دیگر کارکنان است. کارکنان به کارکنان دیگر کمک می‌کنند، چون که آنها ممکن است در مواجهه با دریافت خدمت به کمک نیاز داشته باشند. کارکنان با کمک کردن به کارکنان دیگر، همدلی خود را نشان می‌دهند (کواهک و همکاران، ۲۰۱۶).

لئوناردی^۱ و همکاران (۲۰۱۳)، رسانه‌های اجتماعی در محیط کار را «رسانه اجتماعی سازمان» می‌نامند و از آن به عنوان پلتفرمی مبتنی بر سیستم عامل وب ۲٫۰ یاد می‌کنند که به کارکنان اجازه می‌دهد:

۱. ارسال پیام به همکاران خاص و یا ارسال پیام به همه افراد سازمان
 ۲. ارسال، ویرایش و مرتب کردن اطلاعات مربوط به خود و دیگران
 ۳. مشاهده پیام‌ها، ارتباطات، متن‌ها و اطلاعات ارسالی و طبقه‌بندی شده از طریق هر شخصی در سازمان در هر زمان و مکان (کوهک و همکاران، ۲۰۱۶).
- با استفاده از کمک فناوری وب، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند با دیگر ابزارهای رسانه‌ای مانند صدا، تصویر، عکس و یا دیگر ابزارهای ارتباطی دیگر مانند ویدئو کنفرانس، برنامه‌های چت و سیستم‌های بازخور ترکیب شوند (کاپلان و همکاران، ۲۰۱۰).
- لذا، قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی طبیعتاً می‌توانند در تسهیل فرایندهای به اشتراک‌گذاری دانش در سازمان مفید باشند (لئوناردی^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). از طریق شبکه‌های اجتماعی، کارکنان نه تنها می‌توانند دانش صریح خود را از طریق ارتباطات نوشتاری تسهیم کنند، بلکه می‌توانند دانش ضمنی خود را که در نوشتار مشکل است را نیز تسهیم کنند (ویرثمن^۳، ۲۰۱۳). شبکه اجتماعی می‌تواند دانش را غنی‌تر و دقیق‌تر تسهیم کند (استلزنر^۴، ۲۰۱۲).

1 Leonardi

2. Leonardi

3. Wirthman

4. Stelzner

با گسترش استفاده همگانی از شبکه جهانی وب و رشد فزاینده امکانات تعاملی آن برای به اشتراک گذاری اطلاعات و نیز تازه‌ها و رخدادها، گرایش متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی به این قلمرو نیز افزایش یافته است. فعالیت متخصصان و حرفه‌مندان در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی به سبب ویژگی‌ها، جذابیت‌ها و تأثیرگذاری این فضا در جامعه علمی و حرفه‌ای در حال گسترش است (زارعی و همکاران، ۱۳۹۴؛ اسکات وبر، ۲۰۰۴). پنج نوع از ارائه خدمات کتابخانه در اشتراک‌گذاری دانش به شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کند، از جمله محیطی برای ارائه دانش، محیطی برای استفاده از دانش، محیطی برای ایجاد دانش، محیطی برای برقراری ارتباط با دانش و محیطی برای تصمیم‌گیری با استفاده از دانش (ولی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶).

کتابخانه‌ها همواره بزرگ‌ترین فراهم‌کننده منابع علمی و تسهیل‌کننده دسترسی به این منابع بوده و هستند. پویایی کتابخانه‌ها با حرکت از الواح گلی به سمت کارت‌های فهرست‌نویسی و سپس به سمت دیجیتالی شدن صورت گرفته و مهم‌ترین نقش را در تهیه اطلاعات به منزله یک رسانه اجتماعی داشته‌اند. علاوه بر نقش سنتی کتابخانه‌ها، امروزه کتابداران از پذیرندگان فناوری‌های جدید، به خصوص شبکه‌های اجتماعی، به منظور ارتباط با سایر کارکنان هستند. گرچه کتابخانه‌ها همیشه از طریق اطلاعات با افراد در ارتباط‌اند، رسانه‌های اجتماعی امروزه نقش مهمی برای کاربران کتابخانه، در بازاریابی اطلاعات ایفا می‌کنند و کتابخانه را قطب بزرگ اجتماعی معرفی می‌کنند (فرناندز^۱ و همکاران، ۲۰۰۹) همچنین کتابخانه‌های دانشگاه و متخصصان اطلاع‌رسانی وظیفه دارند تا بستری مناسب برای ارتباط و تعامل میان استادان و دانشجویان فراهم سازند. علاوه بر این، کتابداران خود نیز بایستی با یکدیگر در تعامل بوده و اطلاعات، تجارب، دیدگاه‌ها، عقاید و دانش خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند تا بتوانند به بهترین نحو پاسخگوی نیاز اطلاعاتی کاربران کتابخانه خود باشند (اناری و همکاران، ۱۳۹۲). لذا تسهیم دانش و استفاده از فناوری‌های وب ۲٫۰ برای کتابداران از اهمیت زیادی برخوردار است.

1. Fernandez

پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سازمان‌ها نشان می‌دهد که سازمان‌ها هنگام اجرایی کردن استفاده از نرم‌افزارهای اجتماعی به منظور تسهیم دانش با چالش‌های تصمیم‌گیری روبه‌رو می‌شوند و شناخت تأثیر به کارگیری شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در تسهیم دانش و موفقیت عملکرد سازمانی سازمان‌ها کمک شایسته‌ای نماید.

به طور کلی، تحقیقات در این زمینه در داخل کشور در مراحل ابتدایی خود قرار دارد و آن‌طور که باید به آن پرداخته نشده است. لذا، لزوم بررسی این مطالعه با توجه به خلأ تحقیقاتی موجود در کشور ایران، دیده می‌شود. با توجه به اهمیت موضوع، در این پژوهش بر آن شدیم تا به بررسی تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی بپردازیم.

با توجه به اهمیت روزافزون قابلیت‌های شبکه اجتماعی در کارکرد سازمان‌ها، اخیراً وضعیت استفاده، سنجش و ارزیابی آنها مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. تحقیقات و پژوهش‌های انجام گرفته در این زمینه، رویکردهای متفاوتی به وضعیت استفاده و اثرگذاری آن بر عملکرد سازمانی داشته‌اند؛ اما در زمینه بررسی تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی در کتابخانه‌های تخصصی در داخل کشور پژوهشی صورت نگرفته است. از این رو، در ادامه به پژوهش‌هایی که مشابهت بیشتری با پژوهش حاضر دارند، اشاره می‌شود.

فکورثقیه و همکاران (۱۳۹۵)، در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی تأثیر اعتماد عاطفی و شناختی بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تسهیم دانش، بر یادگیری فردی معلمان پرداختند. در این تحقیق وجود رابطه مثبت و معنادار بین شبکه‌های اجتماعی و تسهیم دانش، شبکه‌های اجتماعی و یادگیری فردی، تسهیم دانش و یادگیری فردی، اعتماد عاطفی و شناختی از طریق استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تسهیم دانش، شبکه‌های اجتماعی از طریق تسهیم دانش بر یادگیری فردی، به اثبات رسید.

اناری و همکاران (۱۳۹۲)، پژوهشی تحت عنوان «بررسی میزان استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در به اشتراک گذاری دانش بین کتابداران دانشگاه اصفهان» انجام دادند. نتایج نشان داد، میزان استفاده کتابداران دانشگاه اصفهان از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در روند به اشتراک گذاری دانش روبه پایین ارزیابی شده است. همچنین، از میان هر یک از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی، ابزارهای ویکی بیشترین و ابزارهای میکرو بلاگینگ کمترین میزان استفاده را در روند به اشتراک گذاری دانش بین کتابداران این دانشگاه به خود اختصاص دادند.

قلی پور و همکاران (۱۳۹۰)، در شناسایی عوامل ارتباط مؤثر مجازی به منظور تسهیم دانش سازمانی در پژوهشگاه مواد و انرژی در استان البرز دریافتند، تحقیقات صورت گرفته، بر فرهنگ سازمانی و انگیزش اعتماد میان کارکنان رضایتمندی اعضا و تأثیر آن بر تسهیم دانش پرداخته‌اند. بر این اساس، در تحقیق حاضر به بررسی ارتباط بین سه عامل اعتماد، ارتباط مؤثر و شبکه اجتماعی بر روی تسهیم دانش (متغیر وابسته) پرداخته است. برای این منظور پرسشنامه شامل ۴۹ سؤال به صورت تصادفی بین یک نمونه ۱۵۰ تایی از کارکنان پژوهشگاه مواد و انرژی استان البرز توزیع شد. با استفاده از نرم‌افزار ۱۶ spss در مرحله اول، پس از تحلیل عاملی، سؤالات با بار عاملی پایین حذف شد. براساس پیش‌آزمون صورت گرفته و با تأیید فرض نرمال بودن جامعه، آزمون همبستگی پیرسون صورت گرفت و فرضیه‌های سه‌گانه تحقیق مبنی بر همبستگی عوامل ارتباط مؤثر مجازی با تسهیم دانش سازمانی تأیید شدند. نتایج نشان داد بین اعتماد، ارتباط مؤثر و شبکه اجتماعی با تسهیم دانش رابطه معنی‌داری دارند. همچنین طبق آزمون دوجمله‌ای نیز کلیه متغیرها جز اعتماد در جامعه مورد نظر، در سطح مناسبی قرار داشتند.

شیر^۱ و همکاران (۲۰۱۷)، در بررسی تأثیر استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان دریافتند، استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت

1 Sheer

کارکنان از جمله عملکرد شغلی، رضایت شغلی و رضایت از روابط در سازمان تأثیر دارد. همچنین نقش میانجی سرمایه اجتماعی نیز در این رابطه تأیید شد.

کواهک^۱ و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهش خود به بررسی میزان تأثیر گرایش به فعالیت‌های تسهیم دانش بر عملکرد فردی شغلی کارکنان از طریق شبکه‌های اجتماعی در سازمان پرداختند. نتایج نشان داد، خودکارآمدی اطلاعات، روابط متقابل اجتماعی و هنجارهای ذهنی تأثیر مثبتی بر عملکرد تأثیر معنی‌داری داشتند، در صورتی که لذت کمک کردن در این میان نقشی نداشت.

امولوزر و بمیدل^۲ (۲۰۱۴)، در پژوهشی به استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در میان کتابداران نیجریه و اثر آن در ارائه خدمات کتابخانه پرداختند. یافته‌ها نشان داد، کتابداران در نیجریه از ابزار شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، گوگلپلاس، لینکدین، یوتیوب، وبلاگ و توییتر برای دریافت، اشتراک‌گذاری اطلاعات و نتیجه تحقیقات با همکاران استفاده می‌کنند و بیشتر رسانه‌های اجتماعی برای خدمات کتابخانه مورد استفاده قرار می‌گیرند.

جاناکسو و همکاران (۲۰۱۵)، در پژوهش خود به برنامه‌های کاربردی شبکه اجتماعی موبایلی ویچت در میان کتابخانه‌های دانشگاهی در چین پرداختند. یافته‌ها نشان داد، حدود یک‌سوم کتابخانه‌ها از ویچت به عنوان یک ابزار بازاریابی برای ترویج مجموعه و خدمات برای کاربران بهره برده و استفاده اصلی از ویچت در خدمات عمومی (سرویس امنیت ملی)، جستجو و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، تبلیغات، خدمات آنلاین، پیام‌های صوتی، آی‌فون صوتی و یا حتی ویدیو، مرجع، پاسخگویی اتوماتیک و تعاملات خودکار بوده است.

هاداگلی و کنچاکاولی^۳ (۲۰۱۵)، در پژوهشی به بررسی استفاده از واتس‌آپ در میان محققان دانشگاه پرداختند. نتایج نشان داد اکثریت پاسخ‌دهندگان از شبکه‌های دیگر

1 Kwahk

2 Omeluzor & Bamidele

3 Hadagali & Kenchakkanavar

از جمله فیس بوک، گوگل پلاس و یوتیوب هم آگاه هستند و از واتس آپ علاوه بر استفاده عمومی برای هدف های علمی از جمله شرکت در بحث های گروهی، به اشتراک گذاشتن عکس ها و اطلاعات درباره کارگاه های آموزشی، سمینار و همایش ها نیز استفاده می کنند. دی هانی و الوادی^۱ (۲۰۱۵)، در پژوهشی با تجزیه و تحلیل محتوای تویتر در کتابخانه های دانشگاهی دریافتند، کتابخانه ها از تویتر به عنوان یک ابزار چندوجهی برای ارائه اخبار و اطلاعیه ها، معرفی مجموعه های کتابخانه و خدمات کتابخانه استفاده می کنند. همچنین بازاریابی کتابخانه و اخبار، پاسخ، ارجاع و معرفی کتاب یک عامل مهم در ارسال لینک نسبت به مطالب دیگر را به خود اختصاص داده است.

نگوین و همکاران^۲ (۲۰۱۵)، ارتباط بین کسب دانش از رسانه های اجتماعی، جهت گیری بازار (فعال و واکنشی)، قابلیت استراتژیک رسانه های اجتماعی و نوآوری نام تجاری در زمینه، صنعت فناوری آنلاین چین را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد، نوآوری نام تجاری از طریق کسب دانش از رسانه های اجتماعی و گرایش بازار تحت تأثیر قرار دارد. گرایش قابلیت استراتژیک رسانه های اجتماعی تأثیری مثبت بر نوآوری نام تجاری به عنوان یک میانجی بین کسب دانش، جهت گیری بازار و نوآوری نام تجاری قرار دارد.

براساس مطالعه تحقیقات مشابه پیشین می توان گفت، شبکه های اجتماعی به طور گسترده ای به عنوان یک ابزار برای برقراری ارتباط بین اعضاء به کار می رود (اگنیهوری^۳ و همکاران، ۲۰۱۵). ابزارهای شبکه اجتماعی به عنوان عاملی اثرگذار بر عملکرد شغلی کارکنان شناخته شده است. براساس نتایج تحقیقات گذشته شبکه اجتماعی به تسهیم دانش در بین کارکنان در سازمان کمک می کند. همچنین تحقیقات نشان داد که رسانه های اجتماعی و فناوری های مرتبط با آن از جمله شبکه های اجتماعی، فرصت های جدیدی برای کتابداران به وجود آورده است. در کتابخانه های دانشگاهی و دانشکده ای، ابزارهای

1 Daihani & AlAwadhi

2 Nguyen

3 Agnihotri

شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک نمونه جدید و قدرتمندی از ارتباطات به حساب می‌آیند که بستر مناسبی را جهت به اشتراک گذاری دانش و زمینه لازم برای جلب توجه کارمندان و مراجعان کتابخانه فراهم می‌سازند.

در کتابخانه‌های دانشگاهی و دانشکده‌ای نیز ابزارهای رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک نمونه جدید و قدرتمندی از ارتباطات به حساب می‌آیند که بستر مناسبی راجع به اشتراک گذاری دانش و زمینه لازم را برای جلب توجه کارمندان و مراجعان کتابخانه فراهم می‌سازند. این ابزار امکانات و فرصت‌های جدیدی را برای کتابداران به منظور ارائه خدمات بیشتر فراهم آورده‌اند. بنابراین، کتابداران می‌توانند از این پدیده نه به‌عنوان یک رقیب بلکه به عنوان وسیله و ابزاری جهت پویایی حرفه‌ای خود استفاده نمایند (اناری و همکاران، ۱۳۹۲).

از جمله ویژگی‌های اصلی شبکه‌های اجتماعی برقراری ارتباط است که خود نوعی اشتراک با اهداف کتابخانه‌ها دارد که درون این ارتباط نیازسنجی، اطلاع‌رسانی وجود دارد. پسوند اجتماعی برای شبکه‌های اجتماعی نوعی تعامل این شبکه‌ها را با اجتماع و شهروندان آن که امروزه به نوعی آنها را «نت‌وندان» می‌نامند، به‌وضوح نمایان می‌سازد. کتابخانه‌ها به‌عنوان نهادی اجتماعی با بهره‌گیری از این شبکه‌ها نوعی قدرت ارتباطی برای خود رقم می‌زنند. لذا شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری مفید برای بهبود عملکرد کتابخانه‌های معرفی شده‌اند. از این رو، انجام مطالعات در این زمینه می‌تواند راهگشای این سازمان باشد.

به‌طور کلی، بررسی و مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که پژوهشگران تا حد زیادی به زمینه‌های موضوعی شبکه اجتماعی در سازمان‌ها توجه داشته‌اند، اما در هیچ یک از پژوهش‌های انجام شده، به بررسی تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی در کتابخانه‌ها پرداخته نشده است. بنابراین، پژوهش حاضر بر آن است تا تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیل‌گر

قابلیت‌های شبکه اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاه آزاد تهران را مورد بررسی قرار دهد. در این راستا، پرسش‌های پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

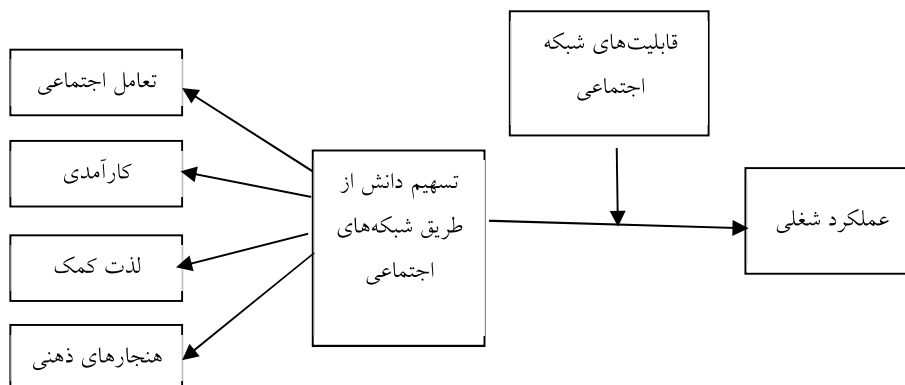
۱. وضعیت تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی چگونه است؟
۲. وضعیت عملکرد شغلی کارکنان کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی چگونه است؟
۳. وضعیت تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی در بین کارکنان کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی چگونه است؟

بر همین اساس فرضیات پژوهش به این صورت مطرح می‌شوند:

۱. تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان تأثیر دارد.
۲. قابلیت‌های شبکه اجتماعی، تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان را تعدیل می‌کند.

مدل مفهومی پژوهش

پس از تشریح هر یک از متغیرهای موجود در مدل مفهومی، در این مرحله سعی شده است تا روابط یاد شده در یک مدل مفهومی به تصویر کشیده شود. در مجموع، با توجه به مطالب ذکر شده، پژوهش حاضر قصد دارد تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی را در قالب یک مدل مورد بررسی قرار دهد. چراکه اعتقاد بر آن است متغیرهای فوق‌الذکر می‌توانند نقش مهمی بر افزایش بهره‌وری در سازمان داشته باشد. بنابراین، هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین این متغیرها است تا از این طریق به طراحی و تبیین الگویی راجع به نقش شبکه‌های اجتماعی در تسهیل فرآیند تسهیم دانش در سازمان، بپردازد. بر این اساس الگوی مفهومی به صورت شکل ۱ خواهد بود:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (کواهک و همکاران، ۲۰۱۶؛ نگوین و همکاران، ۲۰۱۵؛ گومز و همکاران، ۲۰۱۵)

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری شامل گروهی از افراد است که یک یا چند صفت مشترک دارند که این صفات مورد توجه محقق است (خاکی، ۱۳۸۶). جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه مدیران، سرپرستان و کارشناسان کتابخانه‌های دانشگاه آزاد شهر تهران است. حجم نمونه براساس آزمون کوکران از جامعه ۲۰۰ نفری کارکنان ۱۳۲ نفر تعیین شد. روش نمونه‌گیری نیز تصادفی ساده است.

برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از روش مطالعات کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد می‌باشد. بخش اول پرسشنامه شامل متغیرهای جمعیت‌شناختی (جنس، سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، تجربه شغلی) است و بخش دوم حاوی ۲۵ سؤال مرتبط با متغیرهای پژوهش می‌باشد که براساس مقیاس لیکرت تهیه شد. همچنین محقق به منظور افزایش قابلیت اعتماد ابزار اعتبار آن را با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار داده و توزیع سؤالات پرسشنامه آنها در جدول زیر آمده است. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری اسمارت پی. ال. اس. استفاده شد.

جدول ۴: ارتباط میان متغیرهای مستقل و سؤالات پرسشنامه

منبع	سؤالات	متغیر
کواهک و همکاران (۲۰۱۶)	۱-۱۶	تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی
نگوین و همکاران (۲۰۱۵)	۱۷-۲۰	قابلیت‌های شبکه اجتماعی
کواهک و همکاران (۲۰۱۶)	۲۱-۲۵	عملکرد

برای بررسی میزان پایایی پرسشنامه از معیارهای روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد. در این روش پایایی از طریق دو معیار سنجش می‌شود: (۱) آلفای کرونباخ، (۲) پایایی. ضریب آلفای کرونباخ بیانگر میزان توانایی سؤالات در تبیین مناسب ابعاد ترکیبی (CR) مربوط به خود است. ضریب پایایی ترکیبی نیز میزان همبستگی سؤالات یک بعد با یکدیگر را مشخص می‌کند. با وجود اینکه مقدار آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی باید بالاتر از ۰/۷ باشد، اما در صورت کم بودن تعداد سؤالات و همچنین افراد نمونه آماری، مقدار ۰/۶ نیز قابل قبول می‌باشد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). نتایج مربوط به پایایی پرسشنامه پژوهش از طریق دو معیار یاد شده در جدول (۵) نشان داده شده است. همچنین روایی همگرا به این اصل برمی‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند. طبق نظر مگنر و همکاران (۱۹۹۶)، معیار همگرا بودن روایی این است که میانگین واریانس‌های استخراجی (AVE) بیشتر از ۰/۴ باشد.

جدول ۵. روایی همگرا و پایایی

ضریب پایایی آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی	متغیرهای تحقیق
۰,۷۷۵	۰,۸۵۴	۰,۵۹۵	تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی
۰,۹۰۴	۰,۹۲۸	۰,۷۲۳	قابلیت‌های شبکه اجتماعی
۰,۸۳۲	۰,۸۸۷	۰,۶۶۴	عملکرد

همان‌طور که مشاهده می‌شود مدل از لحاظ هر سه معیار فوق‌الذکر در سطح بسیار خوبی قرار دارد.

بررسی روایی واگرا از طریق مقایسه میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن شاخص‌ها با سایر سازه‌ها (روش فورنل و لارکر) که نتایج آن در جدول (۶) آمده است، نشان از تأیید روایی واگرا به روش دوم دارد. قطر اصلی این ماتریس حاوی جذر مقادیر AVE سازه‌های تحقیق می‌باشد. اگر میزان جذر مقادیر AVE هر سازه از میزان همبستگی آن سازه با دیگر سازه‌ها بیشتر باشد از نظر فورنل و لارکر دارای روایی واگرا خواهد بود.

جدول ۶. ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرا به روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱)

عملکرد	تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی	قابلیت‌های شبکه اجتماعی	عملکرد
تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۱۱۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
قابلیت‌های شبکه اجتماعی	۰/۶۷۵	۰/۸۵۰۲	۰/۰۰۰
عملکرد	۰/۳۴۹	۰/۴۶۴	۰/۸۱۴۸

این امر در مورد تمام سازه‌های پژوهش صدق می‌کند و این امر نشان از تأیید روایی واگرا دارد.

بر اساس مطالب عنوان شده، نتایج حاصل از خروجی نرم‌افزار Smart PLS در جداول فوق نشان‌دهنده این است که مدل‌های اندازه‌گیری از روایی (همگرا و واگرا) و پایایی (بار عاملی، ضریب پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ) مناسب برخوردار است.

تجزیه و تحلیل آماری

بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی

با توجه به تحلیل داده‌ها، اطلاعات زیر پیرامون نمونه آماری پژوهش استخراج شد:

جدول ۷. متغیرهای جمعیت شناختی

عامل	فراوانی	درصد
مرد	۴۹	۳۷,۱
زن	۸۳	۶۲,۹
۲۰-۳۰ سال	۲۴	۱۸,۲
۳۰-۴۰ سال	۵۶	۴۲,۴
۴۰-۵۰ سال	۴۲	۳۱,۸
بالای ۵۰ سال	۱۰	۷,۶
دیپلم	۲۸	۱,۹
فوق دیپلم	۲۱	۵,۶
لیسانس	۳۷	۳۲,۹
فوق لیسانس	۲۶	۵۱,۹
دکتر	۲۰	۱۵,۲
زیر ۵ سال	۴	۳
۵-۱۰ سال	۴	۳
۱۰-۱۵ سال	۲۹	۲۲
۱۵-۲۰ سال	۷۴	۵۶,۱
۲۰-۲۵ سال	۲۱	۱۵,۹

شاخص‌های توصیفی

در جدول زیر شاخص‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش محاسبه شده است. شاخص میانگین اهمیت متغیرها را نظر پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد و شاخص انحراف استاندارد پراکندگی پاسخ‌ها را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه بالاترین عدد برای میانگین متغیرهای مستقل و وابسته عدد ۵ است (طیف ۵ تایی: کاملاً مخالفم، مخالفم، نسبتاً مخالفم، موافقم، کاملاً موافقم) بازه (۲/۳۳-۱) نشان‌دهنده نمره کم آزمودنی‌ها، بازه (۳/۶۶-۲/۳۴) نشان‌دهنده نمره متوسط و بازه (۳/۶۷-۵) نشان‌دهنده نمره زیاد آزمودنی‌ها می‌باشد.

جدول ۸. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

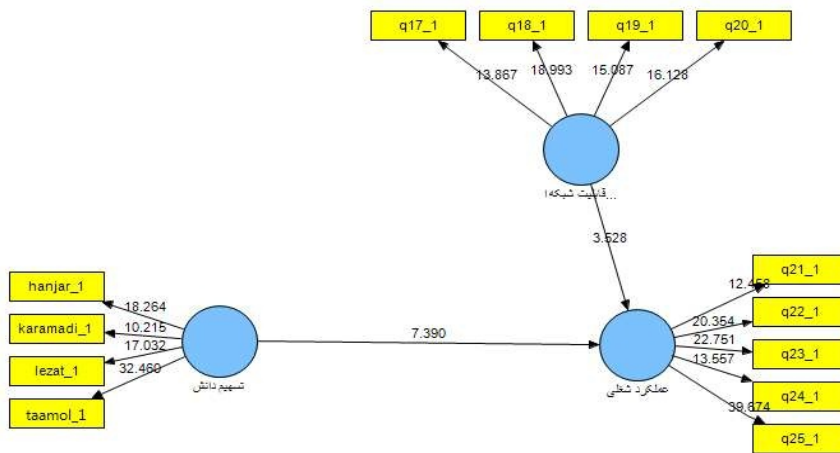
متغیر	میانگین	انحراف معیار	آزمون تی	سطح معنی‌داری	فراوانی
تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی	۳,۷۸۵	۰,۸۷۱	۶۲,۱۶	۰,۰۰۰	۱۳۲
قابلیت‌های شبکه اجتماعی	۳,۳۹۹	۱,۰۷۰	۳۰,۴۴	۰,۰۰۰	۱۳۲
عملکرد	۳,۷۹۴	۰,۸۳۹	۴۴,۷۸	۰,۰۰۰	۱۳۲

میانگین و انحراف معیار نظرات پاسخ‌دهندگان برحسب متغیرهای پژوهش در جدول فوق ارائه شده‌اند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود عملکرد دارای بالاترین میانگین (۳/۷۹۴) است و قابلیت شبکه اجتماعی (۳/۳۹۹) در وضعیت نزدیک به متوسط قرار دارد و تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی نیز با میانگین (۳/۷۸۵) در وضعیت مطلوب قرار دارد. لذا، تمام متغیرهای پژوهش در وضعیت نزدیک به مطلوب و متوسط قرار دارند.

مدل‌سازی معادلات ساختاری

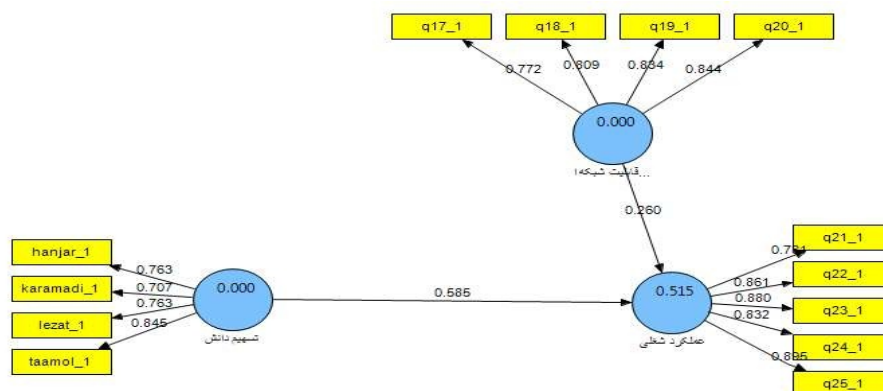
روش آماری به کار گرفته شده در این تحقیق، روش «معادلات ساختاری» است. مدل‌سازی معادلات ساختاری، یک ابزار پژوهشی رایج در علوم مدیریت، پزشکی و علوم اجتماعی در دو دهه اخیر بوده است. با توجه به مطالب مطروحه در این قسمت، با استفاده از SMART-PLS، به بررسی اثرگذاری یا عدم اثرگذاری عوامل یاد شده پرداخته می‌شود و در ادامه، شاخص‌های سنجش عوامل و ضریب تعیین عوامل نیز مورد بررسی قرار می‌گیرند.

برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار ضرایب معناداری یا همان مقادیر T-value است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲، ص ۴۸). برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب T به این صورت است که این ضرایب باید از ۱/۹۶ بیشتر باشد تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن آنها را تأیید کرد.



شکل ۲. مدل در حالت اعداد معنی داری

دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درونزای (وابسته) مدل است. R^2 معیاری است که نشان از تأثیر متغیرهای برونزا بر یک متغیر درونزا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می شود و در صورتی که در یک مدل، یک سازه درونزا از طریق تنها یک یا دو سازه برونزا تحت تأثیر قرار گیرد، مقدار R^2 از ۰/۳۳ به بالا نشان از قوت رابطه بین آن سازه و سازه درونزاست (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲، ص ۵۱).



شکل ۳. مدل در حالت ضرایب استاندارد شده بار عاملی

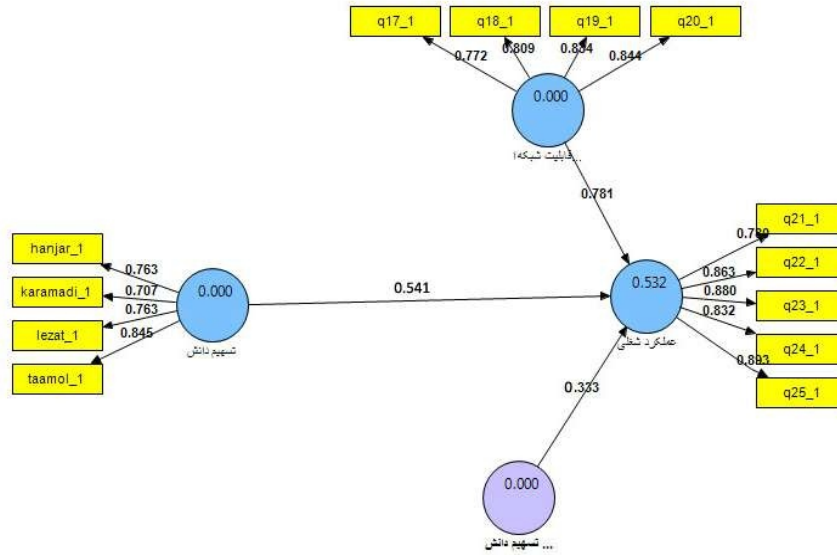
آزمون فرضیه‌ها

ارزش t-value یا معنی‌دار بودن، اثر متغیرها را بر هم نشان می‌دهند. اگر مقدار t بیشتر از ۱/۹۶ باشد؛ یعنی، اثر مثبت وجود دارد و معنی‌دار است. اگر بین ۱/۹۶ تا -۱/۹۶- باشد، اثر معنی‌داری وجود ندارد و اگر کوچک‌تر از -۱/۹۶- باشد؛ یعنی، اثر منفی دارد، ولی معنی‌دار است. هم‌چنین ضرایب مسیر اگر بالای ۰/۶ باشد، بدین معناست که ارتباطی قوی میان دو متغیر وجود دارد. اگر بین ۰/۳ و ۰/۶ باشند، ارتباط متوسط و اگر زیر ۰/۳ باشند، ارتباط ضعیفی وجود دارد (چین، ۲۰۰۳). داده‌های به دست آمده، از تحقیق میدانی در نرم‌افزار SMART-PLS اجرا شد و مطابق شکل ۲ و ۳ نتایج به دست آمد. تحلیل هر یک از روابط که در واقع نشان‌دهنده فرضیه‌های تحقیق می‌باشد، به صورت خلاصه شده در جدول ۹ آمده است.

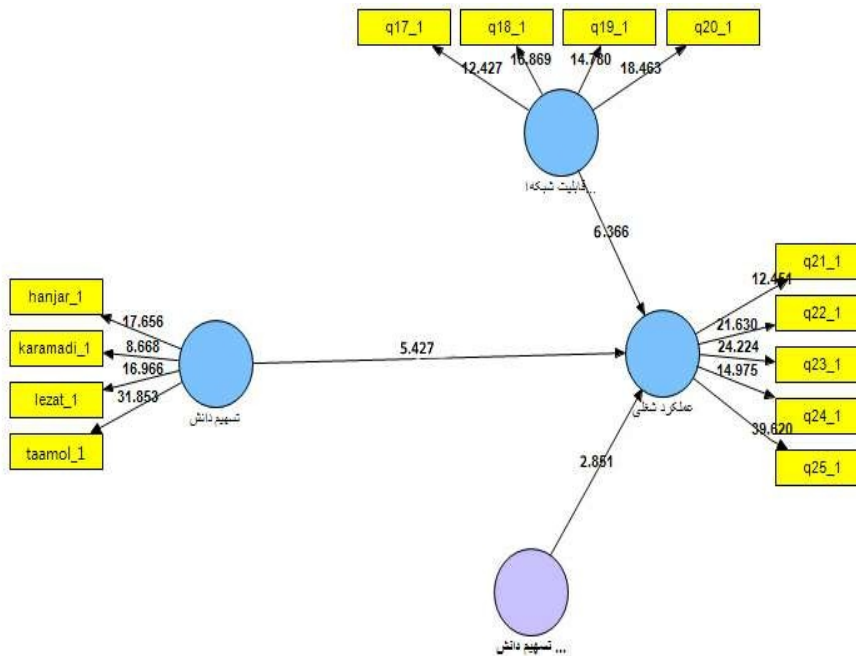
جدول ۹: جدول ضریب مسیر و عدد معنی‌داری فرضیه اول

مسیر میان متغیرها	ضرایب استاندارد اعداد معناداری	ضریب تعیین	نتیجه آزمون
تسهیم دانش با استفاده از شبکه اجتماعی عملکرد	۰/۵۸۵	۷/۷۳۹۰	تأیید فرضیه

با توجه به آماره تی به دست آمده از تحلیل مسیر (۷/۳۹۰) که بیشتر از ۱/۹۶ است نتیجه می‌گیریم که مسیر بین تسهیم دانش با استفاده از شبکه اجتماعی و عملکرد معنی‌دار شده است. هم‌چنین با توجه به ضریب مسیر که برابر ۰/۵۸۵ می‌باشد، می‌توان گفت تسهیم دانش با استفاده از شبکه اجتماعی عملکرد تأثیر متوسطی دارد. ضریب تعیین (۰/۵۱۵) نیز نشان می‌دهد که ۵۱/۵٪ از تغییرات عملکرد توسط تسهیم دانش با استفاده از شبکه اجتماعی قابل پیش‌بینی است.



شکل ۴. مدل در حالت ضرایب استاندارد شده بار عاملی (با ورود متغیر تعدیل گر)



شکل ۵. مدل در حالت اعداد معنی داری (با ورود متغیر تعدیل گر)

جدول ۱۰. جدول ضریب مسیر و عدد معنی داری فرضیه دوم

مسیر میان متغیرها	ضرایب استاندارد	اعداد معنی داری	نتیجه آزمون
تسهیم دانش با استفاده از شبکه اجتماعی ← قابلیت شبکه اجتماعی ← عملکرد	۰,۳۳۳	۲,۸۵۱	تأیید فرضیه

با توجه به آماره تی به دست آمده از تحلیل مسیر (۲/۸۵۱) که بیشتر از ۱/۹۶ است، نتیجه می‌گیریم که قابلیت شبکه اجتماعی مسیر بین تسهیم دانش با استفاده از شبکه اجتماعی و عملکرد را تعدیل می‌کند. همچنین با توجه به ضریب مسیر که برابر ۰/۳۳۳ می‌باشد می‌توان گفت تأثیر این متغیر تعدیل‌گر متوسط می‌باشد.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران به انجام رسیده است. نتایج حاصل از آزمون و بررسی داده‌های تحقیق نشان می‌دهد عملکرد دارای میانگین ۳/۷۹۴ است که بیشتر از حد متوسط بوده و نشان‌دهنده وضعیت مطلوبی می‌باشد. طبق میانگین به دست آمده، قابلیت شبکه اجتماعی (۳/۳۹۹) در وضعیت نزدیک به متوسط قرار دارد. این نتیجه نشان می‌دهد کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه آزاد اسلامی شهر تهران با امکانات و خدمات شبکه‌های اجتماعی، در حد مناسبی آشنایی دارند. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی نیز با میانگین ۳/۷۸۵ در وضعیت مطلوب قرار دارد. براساس این نتیجه می‌توان گفت بیش از نیمی از کتابداران تمایل دارند یافته‌های علمی خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند. به این معنی که سواد اطلاعاتی مطلوبی راجع به شبکه‌ها دارند و مطالب موجود در شبکه‌ها را روزآمد می‌دانند. بر این اساس انگیزه آنان برای استفاده از شبکه اجتماعی، بالا بردن سطح همکاری بین کتابداران، بالا بردن دانش

خود از طریق شبکه‌های اجتماعی بالا است. در این خصوص یافته‌های پژوهش اناری و همکاران (۱۳۹۲) بیانگر آن است که میانگین استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در روند به اشتراک گذاری دانش بین کتابداران دانش اصفهان، ۱/۷۹ است که نشان‌دهنده وضعیت پایین است. در تحقیق قلی پور و همکاران (۱۳۹۰) نیز وضعیت تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی در وضعیت مناسبی تلقی شد. وضعیت این متغیر در پژوهش کواهک و همکاران (۲۰۱۶) نیز متوسط است. ولی در پژوهش نگوین و همکاران (۲۰۱۵) مشخص شد که وضعیت متغیر تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی ضعیف است.

همچنین نتیجه فرضیه تحقیق نشان می‌دهد که تسهیم دانش با استفاده از شبکه اجتماعی عملکرد تأثیر متوسطی دارد. ضریب تعیین ۰/۵۱۵ نیز نشان می‌دهد که ۵۱/۵٪ از تغییرات عملکرد توسط تسهیم دانش با استفاده از شبکه اجتماعی قابل پیش‌بینی است. این نتایج نشان می‌دهد به استفاده از یافته‌های دیگران علاقه دارند، استناد علمی منتشر شده در شبکه‌ها را معتبر می‌دانند و شبکه‌های اجتماعی را قابل اعتماد برای اشتراک دانش می‌دانند. در راستای این نتایج، مطالعه کواهک و همکاران (۲۰۱۶) نیز نشان‌دهنده تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان می‌باشد که همسو با نتیجه تحقیق حاضر است. نتیجه حاصل با یافته‌های پژوهش امولوزر و بمیدل (۲۰۱۴)، جاناکسو و همکاران (۲۰۱۵)، هاداگلی و کنچاکاناوار (۲۰۱۵)، دی‌هانی و الوادی (۲۰۱۵) که نشان دادند کتابخانه‌های دانشگاهی از شبکه‌های اجتماعی مختلف برای دریافت، به اشتراک گذاری اطلاعات جهت شرکت در بحث گروهی در تحقیقات، به اشتراک گذاشتن عکس‌ها، اطلاعات کارگاه‌های آموزشی، سمینارها، همایش‌ها، اطلاعیه‌ها و بخشنامه‌های مربوط به دانشگاه، اطلاع‌رسانی اخبار، حوادث، کارگاه‌ها، نمایشگاه‌ها، امکانات و برای ترویج مجموعه‌های کتابخانه استفاده می‌کنند، همسو است.

در ادامه نتایج تحقیق نشان می‌دهد قابلیت شبکه اجتماعی مسیر بین تسهیم دانش با استفاده از شبکه اجتماعی و عملکرد را تعدیل می‌کند. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت، هرچه میزان آشنایی و به کارگیری از قابلیت‌های شبکه اجتماعی بیشتر

باشد، اثرگذاری تسهیم اطلاعات از طریق شبکه اجتماعی بر عملکرد افزایش می‌یابد. لذا، آنچه اهمیت دارد، شناخت کافی کتابداران از قابلیت‌های کاربردی شبکه‌های اجتماعی است. در راستای مقایسه نتایج این فرضیه با پیشینه مشابه تحقیق می‌توان به نتیجه تحقیق نگوین و همکاران (۲۰۱۵) اشاره کرد که نشان‌دهنده نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی می‌باشد.

براساس نتایج تحقیق حاضر می‌توان گفت کتابخانه‌ها کاربردها و قابلیت‌های شبکه اجتماعی را به خوبی دریافته‌اند. با وجود این، استفاده رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها بیشتر به اشتراک اطلاعات، ارتباط با کاربران و اشتراک دانش گرایش دارد که این را می‌توان برای رسانه‌های اجتماعی مثبت تلقی کرد. با این حال کتابخانه‌های دانشگاهی باید تلاش کنند از قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی برای ارتباط بیشتر با همکاران و تسهیم بیشتر اطلاعات با همکاران، استفاده کنند. با توجه به نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی، این گونه استنباط می‌شود که حضور فعال کارکنان در شبکه‌های اجتماعی و تسهیم اطلاعات از این طریق، امتیازی برای عملکرد شغلی آنان محسوب شود که البته در پرتو شناخت و آگاهی کافی از قابلیت‌های شبکه اجتماعی، پرنسنگ‌تر خواهد شد. خدمات کتابخانه‌ای می‌تواند به کمک شبکه اجتماعی توسعه یابد. همچنین می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی با انتقال سریع و آسان و در عین حال در دسترس بودن، ابزاری مناسبی برای تسهیم دانش در کتابخانه‌ها و پاسخگویی به نیازهای فوری کارکنان است. با توجه به قابلیت‌های شبکه اجتماعی مانند امکان ارسال پیام‌های صوتی، ویدئویی، تغییر اطلاعات گروه، حذف پیام‌ها، محدود کردن اعضا، سبب افزایش روزافزون استفاده سازمان‌ها و شرکت‌ها و همچنین کتابخانه‌ها و دانشگاه‌ها شده است. لذا، آنچه که در حال حاضر برای کتابخانه‌های دانشگاهی اهمیت دارد، آگاهی‌رسانی و برنامه‌ریزی‌های لازم و عملی به مدیران و کتابداران کتابخانه‌ها برای استفاده از شبکه اجتماعی به منظور تسهیم اطلاعات و آشنایی بیشتر با دیگر کارکردها و قابلیت‌های این شبکه است.

- در راستای نتایج به دست آمد، پیشنهادهای زیر برای استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی در سازمان توصیه می‌شود:
۱. برای آشنایی بیشتر با کارکردهای شبکه اجتماعی از راهنمایی‌ها و نظرهای متخصصان نرم‌افزار استفاده شود.
 ۲. ایجاد قابلیت دسترسی بسیار به شبکه‌های اجتماعی از طریق ابزارهای سیار شخصی یا کاری کارکنان
 ۳. هماهنگی با بخش‌های مختلف و دارای صلاحیت سازمان مثل IT، منابع انسانی و دیگر بخش‌ها برای کاهش محدودیت‌های دسترسی به اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی
 ۴. کتابخانه‌ها باید وبسایت و پورتال خود را تقویت کنند، زیرا این دو رسانه اجتماعی با برخی محدودیت‌هایی که ممکن است برای دیگر شبکه‌های اجتماعی وجود داشته باشند، روبه‌رو هستند
 ۵. برگزاری دوره‌های آموزشی برای آشنایی کارکنان از شبکه اجتماعی و توجه آنها به مزایای استفاده از آن
 ۶. کارکنان باید مشاهده کنند که منابع و امکانات به‌طور شایسته و به طریق سازگار با انتظارات و پیشرفت، بین آنها تقسیم شده است
 ۷. ایجاد نظام پیشنهادها در شبکه‌های اجتماعی درخصوص مشارکت بیشتر کارکنان و ادای احترام به آنان
 ۸. از توجهات و علایق کارکنان برای تعیین روش آموزش تعهدات زمانی و نیازهای خاص مربوط به مشاغل و تخصص‌ها استفاده کنید
 ۹. افزایش سطح اعتماد در بین کارکنان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ایجاد ارتباط نزدیک مدیران با کارکنان.
- در نهایت باید اذعان داشت که نتایج این تحقیق مختص جامعه آماری فعلی می‌باشد و قابل تعمیم به دیگر جوامع نمی‌باشد. در پرتو این بحث، این مقاله پیشنهاد می‌کند که باب

جدیدی در مطالعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سازمان‌ها جامعه گشوده شود تا بر این مبنا بتوان به نتایج دقیق‌تری در این باره رسید.

مستند به بیان مسئله و تحلیل‌های ارائه شده، موارد ذیل به‌عنوان پیشنهادهایی به‌منظور انجام پژوهش‌های آتی در ارتباط با موضوع تحقیق مطرح می‌شود:

۱. بررسی موضوع در بین دو سازمان متفاوت و انجام مطالعه تطبیقی
۲. بررسی عوامل مؤثر بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سازمان
۳. بررسی تأثیر عوامل جمعیت‌شناختی بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر
۴. بررسی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی براساس تئوری هویت اجتماعی
۵. بررسی موضوع پژوهش حاضر در جوامع آماری دیگر.

منابع

۱. اناری، ف.، عاصمی، ع.، ریاحی‌نیا، ن. (۱۳۹۲). بررسی میزان استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در به اشتراک‌گذاری دانش بین کتابداران دانشگاه اصفهان. دانش‌شناسی، علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات، ۶(۲۰): ۱-۲۳.
۲. خاکي، غ. (۱۳۹۱). روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه‌نویسی. تهران: کانون فرهنگی انتشاراتی درایت.
۳. داوری، ع. و رضازاده، آ. (۱۳۹۲). مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS. تهران: جهاد دانشگاهی.
۴. زارعی، ع.، بیات، م.ک. (۱۳۹۴). کارایی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی: مطالعه موردی دانشگاه‌های دولتی تهران. تحلیلی پژوهشی کتاب مهر، ۱۷ و ۱۸: ۹۸-۱۲۱.
۵. زنجانی، م.، قاسم‌تبار، س.م. (۱۳۹۳). ارائه مدلی برای موفقیت تسهیم دانش (تسهیم دانش اجتماعی در سازمان‌ها). پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۲۹(۴): ۹۰۳-۹۳۰.
۶. غفاری آشتیانی، پ.، حری، م.، ص.، غلامی، ب. (۱۳۹۰). بررسی نقش اعتماد الکترونیک و هنجار ذهنی در پذیرش وب‌سایت تجارت الکترونیک توسط مشتریان (مطالعه موردی: شرکت قطارهای مسافربری رجاء). مدیریت بازاریابی: ۶(۱۲)، ۶۳-۸۰.
۷. فکورثقیه، ا.م.؛ خوراکیان، ع.، رجبی، م. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر اعتماد عاطفی و شناختی بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تسهیم دانش بر یادگیری فردی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. مشهد: دانشکده علوم اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد.
۸. فلاحیان، ف. (۱۳۹۰). شناسایی عوامل ارتباطات اثربخش مجازی در تسهیم دانش سازمانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. استاد راهنما آرین قلی پور. وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، موسسه آموزش عالی مهر البرز، پژوهشکده فناوری اطلاعات.
۹. ولی‌زاده، ب. رضایی شریف‌آبادی، س و دولانی، ع. (۱۳۹۶). بررسی نقش شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام در توسعه خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی (مطالعه موردی: مدیران و کتابداران کتابخانه مرکزی دانشگاه‌های وزارت علوم). فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۲۰(۱)، ۲۱-۵۱.
10. Agnihotri, R., Dingus, R., Yu, M. y., & Krush, M.T. (2015) Social media: Influencing customer satisfaction in B2B sales. *Industrial Marketing Management*, 53: 172-180.
11. Al-Daihani, S., M., Suha A. (2015). Exploring academic libraries use of Twitter: a content analysis. *The Electronic Library*, 33(6): 1002-1015, <https://doi.org/10.1108/EL-05-2014-0084>.
12. Baran. K. S., & Stock. W. G. (2015). **Interdependencies between acceptance and quality perceptions of social network services: the standard-dependent user blindness.** In *Proceedings of the 9th International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics (IMSCI 2015)*.
13. Bavik, Y.L. (2017). Ethical leadership and employee knowledge sharing: Exploring dual-mediation paths. *The Leadership Quarterly*, 29(2), 322-332.
14. Cai, Q.H., Hefu Liu, X.W. (2018). Improving the agility of employees through enterprise social media: The mediating role of psychological conditions. In *International Journal of Information Management*, 38(1), 52-63.
15. Cao, Y., Xiang, Y. (2012). The impact of knowledge governance on knowledge sharing. *Management Decision*, 50(4), 591 – 610.
16. Chang, Y. T., Yu, H., & Lu, H. P. (2015). Persuasive messages, popularity cohesion, and message diffusion in social media marketing. *Journal of Business Research*, 68(4), 777–782.

17. Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach For Measuring Interaction Effects: Results From A Monte Carlo Simulation Study And Electronic Mail Emotion/Adoption Study. *Information Systems Research*, 14(2): 189-217.
18. Din, N. & Haron, S. (2012). Knowledge sharing as culture among Malaysian online social networking users. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 50: 1043-1050.
19. Dong, T.P., Cheng, N. CH., Wu, Y., & CH. J. (2014). A study of the social networking website service in digital content industries: The Facebook case in Taiwan. *Computers in Human Behavior*, 30: 708-714. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.037>.
20. Ezeani, C. N., & Uzoamaka, I. (2012). Using Social Media for Dynamic Library Service Delivery: The Nigeria Experience, *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 814. <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/814>
21. Fernandez, J. (2009). A SWOT Analysis for Social Media in Libraries. *Library Staff Publications*, 5(33): 35-37.
22. Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1): 39-50.
23. Gomez, J., Benitez-Amado, J., & Javier Llorens-Montes, F. (2015). How do small firms learn to develop a social media competence?. *International Journal of Information Management*, 35(4): 443-458. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2015.04.003.
24. Gururaj S., H.; Anand Y., K. (2015). Use of WhatsApp among the Research Scholars of Kamatak University, Dharwad: A study. *International Research. Journal of Library & Information Science*, 5(3): 548-561.
25. Holsapple, C. W., & Joshi, K. D. (2004). A formal knowledge management ontology: Conduct, activities, resources, and influences. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 55(7): 593-612.
26. Hong, D., Suh, E. & Koo, Ch. (2011). Developing strategies for overcoming barriers to knowledge sharing based on conversational knowledge management: A case study of a financial company. *Expert Systems with Applications*, 38: 14417-14427.
27. Hong, I. B. (2015). Understanding the consumer's online merchant selection process: The roles of product involvement, perceived risk, and trust expectation. *International Journal of Information Management*, 3 (35): 322-336.
28. Hsu, I. C. (2008). Knowledge sharing practices as a facilitating factor for improving organizational performance through human capital: A preliminary test. *Expert Systems with Applications*, 35, 1316-1326.
29. Huang, X., Hsieh, J. J., & He, W. (2014). Expertise dissimilarity and creativity: The contingent roles of tacit and explicit knowledge sharing. *Journal of Applied Psychology*, 99(5): 816-830.
30. Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizon*, 53(1): 59-68.
31. Kwahk, K.Y. & park, Do-H. (2016). The effects of network sharing on knowledge-sharing activities and job performance in enterprise social media environments. *Computers in Human Behavior*, 55: 826-839.
32. Lahiri, M., & Moseley, J. L. (2015). Learning by Going Social: Do We Really Learn from Social Media?. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 11(2): 14-25.
33. Lee, J.N. (2001). The impact of knowledge sharing, Organizational capability and partnership quality on is outsourcing success. *Information and management*, 38(5): 5323-35.
34. Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise Social Media: Definition, History, and Prospects for the Study of Social Technologies in Organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19: 1-19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029>.
35. Michailova, S., & Husted, K. (2003). Knowledge-sharing hostility in Russian firms. *California Management Review*, 45: 59-77.
36. Moreno, M., Jelenchick, L., Koff, R., Eikoff, J., Diermyer, C., & Christakis, D. (2012). Internet use and multitasking among older adolescents: An experience sampling approach. *Computers in Human Behavior*, 28(4):1097-102.
37. Nguyen, B., Xiaoyu, Yu., Melewar, T. C. & Chen, J. (2015). *Brand innovation and social media: knowledge acquisition from social media, market orientation, and the moderating role of social media strategic capability. Industrial Marketing Management*, 51: 11-25.
38. Omeluzor, S. U & Bamidele, I.A. (2014). application of social networking tools for library service delivery: the experience of librarians in nigeria. Conference Nigeria library association, enugu stste chapter State, at national library of nigeria, independence layout enugua, volume: 14 Annual Conference and General Meeting:19-1.
39. Palanisamy, R. (2008). Organizational culture and knowledge management in ERP implementation: an empirical study. *journal of computer information system*, 48(2): 100-120.

40. Park, M. S., Shin, J. K., & Ju, Y. (2014). The effect of online social network characteristics on consumer purchasing intention of social deals. *Global Economic Review*, 43(1): 25-41.
41. Peslak, A., Ceccucci, w. & Sendall, p. (2010). An empirical study of instant messaging (IM) behavior using theory of reasoned action. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 11 (3): 263-278.
42. Ravichandran, T. (2017). Exploring the relationships between IT competence, innovation capacity and organizational agility. *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(1): 22-42.
43. Scale, M. S. (2008). Facebook as a Social Search Engine and the Implications for Libraries in the twenty-first century. *Library Hi Tech News*, 26(4): 540-556.
44. Sheer, R. E. & Rice, R.E. (2017). Mobile instant messaging use and social capital: Direct and indirect associations with employee outcomes. *In Information & Management*, 54(1): 90-102.
45. Stelzner, M. A. (2012). **social media marketing industry report, Social Media Examiner**. Available at: <http://www.socialmediaexaminer.com/SocialMediaMarketingIndustry Report 2012. pdf> (accessed 15 December 2012).
46. Venkatesh, V., Morris, M.G., & Davis, G.B. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. [Electronic version]. *MIS Quarterly*, 27(30): 425.
47. Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, 20: 115-131.
48. Wirthman, L. (2013). **Taking care of business: Social media will transform customer service**. available at <http://www.forbes.com/sites/capitalonespark/2013/04/10/taking-care-ofbusiness-social-media-will-transform-customer-service/>
49. Xu, J.; Kang, Q.; Song, Z.; Clarke, C.P. (2015). Applications of Mobile Social Media: WeChat among Academic Libraries in China. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(1) 21-30

References

1. Agnihotri, R., Dingus, R., Yu, M. y., & Krush, M.T. (2015). Social media: Influencing customer satisfaction in B2B sales. *Industrial Marketing Management*, 53: 172-180.
2. Al-Daihani, S., M., Suha A. (2015). Exploring academic libraries use of Twitter: a content analysis. *The Electronic Library*, 33(6): 1002-1015, <https://doi.org/10.1108/EL-05-2014-0084>.
3. Anari, F., Asemi, A & Riahinia, N. (2013). Using of social networking Tools, in sharing Knowledge by librarians of University of Isfahan. *Journal of Epistemology (library and information science and information technology)*, 6(20), 9-23. [In Persian]
4. Baran. K. S., & Stock. W. G. (2015). **Interdependencies between acceptance and quality perceptions of social network services: the standard-dependent user blindness**. In *Proceedings of the 9th International Multi-Conference on Society, Cybernetics and Informatics (IMSCI 2015)*.
5. Bavik, Y.L. (2017). Ethical leadership and employee knowledge sharing: Exploring dual-mediation paths. *The Leadership Quarterly*, 29(2), 322-332.
6. Cai, Q.H., Hefu Liu, X.W. (2018). Improving the agility of employees through enterprise social media: The mediating role of psychological conditions. *In International Journal of Information Management*, 38(1), 52-63.
7. Cao, Y., Xiang, Y. (2012). The impact of knowledge governance on knowledge sharing. *Management Decision*, 50(4), 591 – 610.
8. Chang, Y. T., Yu, H., & Lu, H. P. (2015). Persuasive messages, popularity cohesion, and message diffusion in social media marketing. *Journal of Business Research*, 68(4), 777-782.
9. Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach For Measuring Interaction Effects: Results From A Monte Carlo Simulation Study And Electronic Mail Emotion/Adoption Study. *Information Systems Research*, 14(2): 189-217.
10. Davari, A. & Arash Rezazadeh, A. (2013). *Structural Equation Modeling with PLS*. Thrane. Academic Jihad. [In Persian]
11. Din, N. & Haron, S. (2012). Knowledge sharing as culture among Malaysian online social networking users. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 50: 1043-1050.
12. Dong, T.P., Cheng, N. CH., Wu, Y., & CH. J. (2014). A study of the social networking website service in digital content industries: The Face book case in Taiwan. *Computers in Human Behavior*, 30: 708-714. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.037>.
13. Ezeani, C. N., & Uzoamaka, I. (2012). Using Social Media for Dynamic Library Service Delivery: The Nigeria Experience, Library Philosophy and Practice (e-journal), 814. <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/814>

14. Fallahian, F. (2011). Identification of Effective Virtual Communication Factors in Organizational Knowledge Sharing (Dissertation). Ministry of Science, Research and Technology-Mehr Alborz Institute of Higher Education- Institute of Information Technology. [In Persian]
15. Fernandez, J. (2009). A SWOT Analysis for Social Media in Libraries. *Library Staff Publications*, 5(33): 35-37.
16. Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1): 39-50.
17. Ghafari Ashtiani, P., Horri, M. S. & Gholami B. (2011). Investigating Impact of E-trust and Subjective Norms on Customers' Acceptance of E-commerce Website (Case Study: Raja Passenger Trains Co), *Journal of Marketing Management (JOMM)*, 6(12), 63-80. [In Persian]
18. Gholamreza, K. (2012). *Research Methodology with the approach to the dissertation*. Cultural Center of Publication. Tehran. [In Persian]
19. Gomez, J., Benitez-Amado, J., & Javier Llorens-Montes, F. (2015). How do small firms learn to develop a social media competence?. *International Journal of Information Management*, 35(4): 443-458. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2015.04.003.
20. Gururaj S., H.; Anand Y., K. (2015). Use of WhatsApp among the Research Scholars of Karnatak University, Dharwad: A study. *International Research. Journal of Library & Information Science*, 5(3): 548-561.
21. Holsapple, C. W., & Joshi, K. D. (2004). A formal knowledge management ontology: Conduct, activities, resources, and influences. *Journal of the American. Society for Information Science and Technology*, 55(7): 593-612.
22. Hong, D., Suh, E. & Koo, Ch. (2011). Developing strategies for overcoming barriers to knowledge sharing based on conversational knowledge management: A case study of a financial company. *Expert Systems with Applications*, 38: 14417-14427.
23. Hong, I. B. (2015). Understanding the consumer's online merchant selection process: The roles of product involvement, perceived risk, and trust expectation. *International Journal of Information Management*, 3 (35): 322-336.
24. Hsu, I. C. (2008). Knowledge sharing practices as a facilitating factor for improving organizational performance through human capital: A preliminary test. *Expert Systems with Applications*, 35, 1316-1326.
25. Huang, X., Hsieh, J. J., & He, W. (2014). Expertise dissimilarity and creativity: The contingent roles of tacit and explicit knowledge sharing. *Journal of Applied Psychology*, 99(5): 816-830.
26. Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizon*, 53(1): 59-68.
27. Kwahk, K.Y. & park, Do-H. (2016). The effects of network sharing on knowledge-sharing activities and job performance in enterprise social media environments. *Computers in Human Behavior*, 55: 826-839.
28. Lahiri, M., & Moseley, J. L. (2015). Learning by Going Social: Do We Really Learn from Social Media?. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 11(2): 14-25.
29. Lee, J.N. (2001). The impact of knowledge sharing. Organizational capability and partnership quality on is outsourcing success. *Information and management*, 38(5): 5323-35.
30. Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise Social Media: Definition, History, and Prospects for the Study of Social Technologies in Organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19: 1-19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029>.
31. Michailova, S., & Husted, K. (2003). Knowledge-sharing hostility in Russian firms. *California Management Review*, 45: 59-77.
32. Moreno, M., Jelenchick, L., Koff, R., Eikoff, J., Diermyer, C., & Christakis, D. (2012). Internet use and multitasking among older adolescents: An experience sampling approach. *Computers in Human Behavior*, 28(4):1097-102.
33. Nguyen, B., Xiaoyu, Yu., Melewar, T. C. & Chen, J. (2015). *Brand innovation and social media: knowledge acquisition from social media, market orientation, and the moderating role of social media strategic capability*. *Industrial Marketing Management*, 51: 11-25.
34. Omeluzor, S. U. & Bamidele, I.A. (2014). **application of social networking tools for library service delivery: the experience of librarians in nigeria**. Conference Nigeria library association, enugu state chapter State, at national library of nigeria, independence layout enugu, volume: 14 Annual Conference and General Meeting:19-1.
35. Palanisamy, R. (2008). Organizational culture and knowledge management in ERP implementation: an empirical study. *journal of computer information system*, 48(2): 100-120.

36. Park, M. S., Shin, J. K., & Ju, Y. (2014). The effect of online social network characteristics on consumer purchasing intention of social deals. *Global Economic Review*, 43(1): 25-41.
37. Peslak, A., Ceccucci, w. & Sendall, p. (2010). An empirical study of instant messaging (IM) behavior using theory of reasoned action. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 11 (3): 263-278.
38. Rajabi, M., Fakoor Saghiih, A.M. & Khorakian, A. R. (2016). Investigating the effect of affective and cognitive trust on the use of social network and sharing of knowledge on individual learning (case of the Teachers' schools of Mashhad). Mashhad: Faculty of Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad. [In Persian]
39. Ravichandran, T. (2017). Exploring the relationships between IT competence, innovation capacity and organizational agility. *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(1): 22-42.
40. Scale, M. S. (2008). Facebook as a Social Search Engine and the Implications for Libraries in the twenty-first century. *Library Hi Tech News*, 26(4): 540-556.
41. Shamizanjani, M. & Ghasemtabar Shahri, M. (2014). Proposing a Model for Successful Application of Knowledge Sharing II (Social Knowledge Sharing) within Organizations, *Iranian Research Institute for Science and Technology*, 29(4):905-930. [In Persian]
42. Sheer, R. E. & Rice, R.E. (2017). Mobile instant messaging use and social capital: Direct and indirect associations with employee outcomes. *In Information & Management*, 54(1): 90-102.
43. Stelzner, M. A. (2012). **social media marketing industry report, Social Media Examiner**. Available at: <http://www.socialmediaexaminer.com/SocialMediaMarketingIndustry Report 2012. pdf> (accessed 15 December 2012).
44. Valizadeh, B., Sharifabadi, R. & Dolani, A. (2017). Investigating the Role of Mobile Telegraph Telegram in the Development of Academic Library Services (Case Study: Managers and Librarians of the Central Library of the Universities of the Ministry of Science). *Library and Information Sciences*, 20(1), 21-51. [In Persian]
45. Venkatesh, V., Morris, M.G., & Davis, G.B. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. [Electronic version]. *MIS Quarterly*, 27(30): 425.
46. Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, 20: 115-131.
47. Wirthman, L. (2013). **Taking care of business: Social media will transform customer service**. available at <http://www.forbes.com/sites/capitalonespark/2013/04/10/taking-care-of-business-social-media-will-transform-customer-service/>
48. Xu, J.; Kang, Q.; Song, Z.; Clarke, C.P. (2015). Applications of Mobile Social Media: WeChat among Academic Libraries in China. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(1) 21-30
49. Zareie, A. & MohammadKarim Bayat, M. K. (2015). the Effectiveness of Social Media in Academic Libraries: Case Study of Tehran State Universities. *Quarterly journal of the Ketabe Mehr* (17 - 18): 21-8. [In Persian]

استناد به این مقاله:
 محمدزاده روشتی، زیبا؛ طهماسبی لیمونی، صفیه (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر تسهیم اطلاعات کارکنان در شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان با نقش تعدیل‌گر قابلیت‌های شبکه اجتماعی». *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۵ (۱۴)، ۱۳۱-۱۶۲.