

## عنوان مقاله:

تاثیر عوامل استرس زای سازمانی بر دلبستگی شغلی با استفاده از کارکرد رسانه های اجتماعی سازمانی در سازمانها

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

میثم پوراسماعیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران، گرایش تجارت الکترونیک

هما درودی (مسول مقاله) - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

## خلاصه مقاله:

رسانه اجتماعی، که مشخصه آن محتوای تولید شده توسط کاربران است، کارکنان را قادر می سازد تا اطلاعات را به فرمتهای مختلف ایجاد و منتشر کنند و با جوامع متعدد مبادله و به اشتراک مطالعات پیشین بطور خاص بر این موضوع تمرکز می کند که چگونه استفاده مناسب از رسانه اجتماعی برای اهداف شغلی استفاده می شود و به ارتباطات مرتبط با کار کارکنان بر روی رسانه اجتماعی به عنوان اقدام و اعمال ارتباطی اشاره دارد که در آن کارکنان، اطلاعات مربوط به کار، سازمانها، حرفه ها و یا صنایع را از طریق پلتفرمهای عمومی (مانند توییتر، لینکدین، فیسبوک)، معمولا از طریق حساب های شخصی خود به اشتراک می گذارند. اما استفاده بیش از حد از رسانه های اجتماعی در محل کار دلبستگی شغلی کارکنان را با القای فرسودگی کاهش می دهد. به عبارتی استفاده زیاد از رسانه های اجتماعی برای کار ارتباط منفی با دلبستگی شغلی دارد و به طور مثبت با خستگی از طریق افزایش وقفه ها و تضاد کار و زندگی مرتبط است. تاثیر منفی عوامل استرس زای مانعی بر دلبستگی شغلی در ابتدا با افزایش استفاده از رسانه های اجتماعی کاری ضعیف تر خواهد شد. دلیل آن همان چیزی است که برای عوامل استرس زا چالش وجود دارد: با افزایش استفاده از رسانه های اجتماعی مربوط به کار، استقلال شغلی بهبود می یابد و کارکنان تحت فشار مانعی، حمایت ابزاری و بازخورد از همکاران و سرپرستان دریافت می کنند، بنابراین هدف از این مطالعه بررسی تاثیر عوامل استرس زای سازمانی بر دلبستگی شغلی با استفاده از کارکرد رسانه های اجتماعی سازمانی در سازمانها می باشد.

## کلمات کلیدی:

عوامل استرس زای سازمانی، دلبستگی شغلی، کارکرد رسانه های اجتماعی سازمانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1651092>

