

بررسی تاثیر رسانه های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش با نقش میانجی ارزیابی تکنو استرس (مطالعه موردی کارکنان شرکت های دانش بنیان استان اصفهان)

آزاده نادری^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۲۰ تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۵/۱۸

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر رسانه های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش با نقش میانجی ارزیابی تکنو استرس (مطالعه موردی کارکنان شرکت های دانش بنیان استان اصفهان) می باشد. در عصر تحول دیجیتال، رسانه های اجتماعی سازمانی به عنوان بستری حیاتی برای تسهیل ارتباطات، اشتراک دانش و بهبود فرآیندهای تصمیم گیری در سازمان های دانش بنیان مطرح شده اند. شرکت های پیشرو به طور فزاینده ای اهمیت این ابزارها را در ایجاد تعاملات مؤثر کارکنان، تقویت همکاری های تیمی و تسريع فرآیندهای نوآوری سازمانی درک می کنند. این سازمان ها با بهره گیری از قابلیت های منحصر به فرد رسانه های اجتماعی سازمانی، به دنبال ایجاد محیط های کاری هوشمند و انعطاف پذیر هستند که همزمان با افزایش بهره وری، به حفظ سلامت روانی و کاهش استرس های فناورانه کارکنان نیز توجه دارند. جامعه آماری پژوهش در بین کارکنان شرکت های دانش بنیان استان اصفهان انجام شده است که به روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب شده اند و اطلاعات لازم از ۴۰۰ پرسشنامه که توسط کارکنان تکمیل شده جمع آوری شده است و با استفاده از روش مدل یابی معادلات ساختاری فرضیه ها مورد بررسی قرار گرفتند و نتایج این پژوهش نشان می دهد که ؛ رسانه های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش در کارکنان شرکت های دانش بنیان استان اصفهان تاثیر معنی دار دارد. رسانه های اجتماعی سازمانی بر ارزیابی تکنو استرس در کارکنان شرکت های دانش بنیان استان اصفهان تاثیر معنی دار دارد و همچنین ارزیابی تکنو استرس بر رفتارهای پس از پذیرش در کارکنان شرکت های دانش بنیان استان اصفهان تاثیر معنی دار دارد.

واژگان کلیدی

رسانه های اجتماعی سازمانی ، رفتارهای پس از پذیرش ، ارزیابی تکنو استرس ، شرکت های دانش بنیان استان اصفهان

۱. کارشناسی ارشد مدیریت MBA.

مقدمه

در عصر حاضر، رسانه‌های اجتماعی سازمانی به‌عنوان ابزاری حیاتی در تسهیل ارتباطات، همکاری و اشتراک‌گذاری اطلاعات در محیط‌های کاری تبدیل شده‌اند. با این حال، گسترش استفاده از این فناوری‌ها پیامدهای روان‌شناختی و رفتاری متعددی را برای کارکنان به همراه داشته است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها پدیده تکنواسترس است. تکنواسترس به عنوان استرس ناشی از استفاده از فناوری‌های جدید تعریف می‌شود و می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر رفتارهای پس از پذیرش کارکنان، از جمله رضایت شغلی، تعهد سازمانی و عملکرد کاری داشته باشد. در این راستا، پژوهش حاضر به بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش با نقش میانجی ارزیابی تکنواسترس در میان کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان می‌پردازد. شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان موتورهای محرک اقتصاد دانش‌محور، نقش کلیدی در توسعه فناوری و نوآوری ایفا می‌کنند و بررسی عوامل مؤثر بر رفتار کارکنان این شرکت‌ها می‌تواند به طراحی راهبردهای مدیریتی مؤثرتر منجر شود.

با توجه به تحولات سریع فناوری‌های دیجیتال، سازمان‌ها به‌ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان ناگزیر از به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی سازمانی برای بهبود ارتباطات و بهره‌وری هستند. اما این فناوری‌ها در کنار مزایای خود، چالش‌های روان‌شناختی جدیدی را نیز ایجاد کرده‌اند که تکنواسترس یکی از بارزترین آن‌هاست. مطالعات اخیر نشان می‌دهد که تکنواسترس نه تنها بر سلامت روانی کارکنان تأثیر منفی می‌گذارد، بلکه می‌تواند منجر به کاهش تعهد سازمانی، افزایش تمایل به ترک شغل و افت عملکرد شغلی شود (موسوی و همکاران، ۱۴۰۲؛ راگو-ناتان و همکاران، ۲۰۲۰). در این میان، کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان به دلیل ماهیت فشرده و نوآورانه فعالیت‌هایشان، بیشتر در معرض این پدیده قرار دارند. این شرکت‌ها که عموماً در محیط‌های پویا و رقابتی فعالیت می‌کنند، نیازمند استفاده مداوم از فناوری‌های پیشرفته هستند، که این امر می‌تواند بار شناختی و عاطفی کارکنان را افزایش دهد (جعفری و رضایی، ۱۴۰۰؛ براد، ۲۰۲۱).

از سوی دیگر، رفتارهای پس از پذیرش فناوری، به‌ویژه در محیط‌های دانش‌محور، از جمله عوامل کلیدی در موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شوند. این رفتارها شامل استفاده مداوم از فناوری، اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری در کاربرد ابزارهای دیجیتال است که همگی تحت تأثیر عوامل فردی و سازمانی قرار می‌گیرند (امیری و شاه‌حسینی، ۱۴۰۱؛ دیودی و همکاران، ۲۰۲۳). در این زمینه، تحقیقات نشان داده‌اند که تکنواسترس می‌تواند به عنوان یک عامل بازدارنده، پذیرش واقعی فناوری را مختل کند و حتی منجر به مقاومت پنهان کارکنان در برابر سیستم‌های جدید شود (نوروزی و احمدی، ۱۳۹۹؛ طرفدار و همکاران، ۲۰۲۰). این مسئله در شرکت‌های دانش‌بنیان که وابستگی بالایی به فناوری‌های روز دارند، از حساسیت ویژه‌ای برخوردار است، چرا که هرگونه اختلال در پذیرش فناوری می‌تواند به کاهش بهره‌وری و از دست رفتن مزیت رقابتی منجر شود.

در بستر فرهنگی ایران، به‌ویژه در استان اصفهان که به عنوان یکی از قطب‌های اصلی شرکت‌های دانش‌بنیان شناخته می‌شود، بررسی این پدیده از اهمیت دوچندانی برخوردار است. مطالعات محدودی به بررسی تأثیرات روان‌شناختی

رسانه های اجتماعی سازمانی در محیط های کاری ایران پرداخته اند و بیشتر پژوهش های موجود بر جنبه های فنی و مدیریتی این فناوری ها متمرکز بوده اند (سلیمانی و همکاران، ۱۴۰۳؛ آیاگری و همکاران، ۲۰۲۱). این در حالی است که تفاوت های فرهنگی و سازمانی می توانند تأثیرات تکنواسترس و رفتارهای پس از پذیرش را به شکل معناداری تغییر دهند. برای مثال، در فرهنگ های جمع گرا مانند ایران، حمایت اجتماعی همکاران و مدیران ممکن است نقش تعدیل کننده ای در کاهش تکنواسترس ایفا کند (حسینی و مقدم، ۱۴۰۲؛ مایر و همکاران، ۲۰۲۲). از این رو، پژوهش حاضر با تمرکز بر شرکت های دانش بنیان اصفهان، می کوشد تا درک بهتری از این تعاملات در بافت بومی ارائه دهد.

در عصر دیجیتال کنونی، سازمان ها به ویژه شرکت های دانش بنیان با چالش های متعددی در زمینه ادغام فناوری های نوین در فرآیندهای کاری مواجه هستند. رسانه های اجتماعی سازمانی به عنوان ابزاری راهبردی در تسهیل همکاری های تیمی و اشتراک دانش مورد استفاده قرار می گیرند، اما پیامدهای روان شناختی ناشی از استفاده گسترده از این فناوری ها نیازمند بررسی عمیق تری است (کریمی و همکاران، ۱۴۰۱؛ سالو و همکاران، ۲۰۲۲). مطالعات اخیر نشان می دهد که مواجهه مداوم با حجم انبوهی از اطلاعات و نیاز به پاسخگویی سریع در این پلتفرم ها می تواند منجر به فرسودگی شناختی و کاهش کیفیت زندگی کاری شود (محمدی و رضوی، ۱۴۰۳؛ هریس و همکاران، ۲۰۲۳).

در این میان، نقش تعدیل گر متغیرهای فردی و سازمانی در رابطه بین رسانه های اجتماعی سازمانی و تکنواسترس حائز اهمیت است. برای مثال، ویژگی های شخصیتی مانند تاب آوری دیجیتال و خود کارآمدی فناورانه می توانند تأثیرات منفی تکنواسترس را کاهش دهند (زارع و همکاران، ۱۴۰۲؛ وانگ و همکاران، ۲۰۲۴). از سوی دیگر، حمایت سازمانی ادراک شده و فرهنگ یادگیری دیجیتال در سازمان نیز از جمله عواملی هستند که می توانند به عنوان مکانیزم های محافظتی در برابر پیامدهای منفی تکنواسترس عمل کنند (تقوی و همکاران، ۱۴۰۰؛ گالوچ و همکاران، ۲۰۲۱).

در شرکت های دانش بنیان استان اصفهان که عموماً در حوزه های فناورانه و نوآورانه فعالیت می کنند، بررسی این روابط از اهمیت ویژه ای برخوردار است. این سازمان ها به دلیل ماهیت پروژه محور و نیاز به هماهنگی میان تیم های تخصصی، وابستگی زیادی به رسانه های اجتماعی سازمانی دارند (شریفی و همکاران، ۱۴۰۱؛ لئوناردی، ۲۰۲۳). با این حال، تحقیقات محدودی به بررسی تأثیرات روان شناختی این فناوری ها در بافت سازمانی ایران پرداخته اند. این در حالی است که ویژگی های منحصر به فرد فرهنگی و سازمانی در ایران ممکن است الگوی متفاوتی از روابط بین متغیرهای مورد بررسی را ایجاد کند (امیری و همکاران، ۱۴۰۲؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳).

اهمیت این پژوهش از چند منظر قابل بررسی است. نخست آنکه با افزایش استفاده از رسانه های اجتماعی در محیط های کاری، درک تأثیرات روان شناختی و رفتاری این فناوری ها ضروری است. مطالعات نشان داده اند که استفاده بیش از حد از رسانه های اجتماعی سازمانی می تواند به افزایش سطح تکنواسترس منجر شود که این امر به نوبه خود رفتارهای کاری کارکنان را تحت تأثیر قرار می دهد (رحمانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ طرفدار و همکاران، ۲۰۲۱). از سوی دیگر، با توجه به ماهیت پویا و نوآورانه شرکت های دانش بنیان، کارکنان این سازمان ها در معرض فشارهای فناورانه بیشتری قرار دارند و

بررسی تأثیر تکنواسترس بر رفتارهای پس از پذیرش در این زمینه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. رفتارهای پس از پذیرش به مجموعه‌ای از واکنش‌های کارکنان پس از استفاده از یک فناوری جدید اشاره دارد که می‌تواند شامل پذیرش واقعی، استفاده مستمر، یا حتی مقاومت در برابر فناوری باشد (خانجانی و صفری، ۱۴۰۰؛ ونکاتش و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین اهمیت کاربردی این پژوهش در ارائه راهکارهای مدیریتی برای کاهش تکنواسترس و بهبود رفتارهای پس از پذیرش فناوری در سازمان‌های دانش‌بنیان نهفته است. یافته‌های این مطالعه می‌تواند به مدیران در طراحی سیاست‌های هوشمندانه در زمینه:

(۱) مدیریت بار اطلاعاتی؛ (۲) توسعه برنامه‌های آموزشی و (۳) ایجاد محیط‌های کاری حمایتی کمک کند (حسینی و همکاران، ۱۴۰۳؛ تامس و همکاران، ۲۰۲۴).

ضرورت انجام این پژوهش نیز از جنبه‌های نظری و عملی قابل توجه است. از منظر نظری، این مطالعه به توسعه ادبیات موجود در حوزه تأثیرات رسانه‌های اجتماعی سازمانی و تکنواسترس کمک می‌کند و با ارائه چارچوبی یکپارچه، شکاف‌های پژوهشی موجود در این زمینه را پر می‌نماید. از منظر عملی، یافته‌های این تحقیق می‌تواند به مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان در طراحی سیاست‌های مناسب برای کاهش تکنواسترس و بهبود رفتارهای پس از پذیرش کارکنان کمک کند. برای مثال، با شناسایی عوامل مؤثر بر تکنواسترس، سازمان‌ها می‌توانند برنامه‌های آموزشی و حمایتی هدفمندی را برای کارکنان خود تدوین کنند (زارعی و نوری، ۱۳۹۹؛ لا توره و همکاران، ۲۰۲۳). همچنین، این پژوهش می‌تواند به درک بهتر رابطه بین رسانه‌های اجتماعی سازمانی و رفتارهای کاری در بافت فرهنگی ایران کمک کند، چرا که بیشتر مطالعات پیشین در این حوزه در محیط‌های غربی انجام شده‌اند و لزوم انجام پژوهش‌های بومی در این زمینه احساس می‌شود.

علاوه بر این، یافته‌های این تحقیق می‌توانند به تدوین راهبردهای عملی برای کاهش تکنواسترس و تسهیل پذیرش فناوری در سازمان‌های ایرانی کمک کنند. برای مثال، طراحی دوره‌های آموزشی مبتنی بر سواد دیجیتال، ایجاد محیط‌های کاری حمایتی و توسعه سیاست‌های سازمانی انعطاف‌پذیر از جمله راهکارهایی هستند که می‌توانند بر اساس نتایج این مطالعه پیشنهاد شوند (غفاری و همکاران، ۱۴۰۰؛ کالیف و همکاران، ۲۰۲۲). همچنین، این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران حوزه فناوری اطلاعات در شناسایی ریسک‌های روان‌شناختی مرتبط با رسانه‌های اجتماعی سازمانی یاری رساند و مبنایی برای طراحی دستورالعمل‌های کاربردی در این زمینه فراهم کند.

با توجه به مطالب ذکر شده، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال اصلی است که آیا رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان با نقش میانجی ارزیابی تکنواسترس تأثیرگذار هستند؟

ادبیات نظری

رسانه های اجتماعی سازمانی

رسانه های اجتماعی سازمانی به عنوان پلتفرم های دیجیتالی تعریف می شوند که به صورت اختصاصی برای تسهیل ارتباطات، همکاری و اشتراک گذاری اطلاعات در محیط های کاری طراحی شده اند. این رسانه ها برخلاف رسانه های اجتماعی عمومی، با اهداف سازمانی و حرفه ای توسعه یافته اند و به ابزاری حیاتی در مدیریت دانش و بهبود کارایی سازمانی تبدیل شده اند (رحمانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ لئوناردی و واست، ۲۰۲۰). در شرکت های دانش بنیان استان اصفهان که عموماً در حوزه های فناوری و نوآورانه فعالیت می کنند، استفاده از این رسانه ها به دلیل نیاز به هماهنگی میان تیم های تخصصی و پراکنده جغرافیایی، از اهمیت ویژه ای برخوردار است. ویژگی های منحصر به فرد رسانه های اجتماعی سازمانی مانند امکان ارتباط بلادرنگ، ایجاد شبکه های دانشی غیررسمی و تسهیل یادگیری سازمانی، آن ها را به ابزاری استراتژیک در محیط های دانش محور تبدیل کرده است (جعفری و صفری، ۱۴۰۰؛ کانه و همکاران، ۲۰۲۱).

تحقیقات نشان می دهد که رسانه های اجتماعی سازمانی می توانند به سه شکل اصلی بر عملکرد سازمانی تأثیر بگذارند: نخست از طریق تسهیل جریان اطلاعات، دوم از طریق ایجاد سرمایه اجتماعی و سوم از طریق تقویت یادگیری سازمانی (محمدی و همکاران، ۱۴۰۲؛ تریم و لئوناردی، ۲۰۲۲). در شرکت های دانش بنیان، این رسانه ها امکان اشتراک گذاری سریع دانش فنی و تخصصی را فراهم می کنند که این امر به ویژه در پروژه های پیچیده و میان رشته ای حائز اهمیت است. با این حال، مطالعات اخیر نشان می دهند که استفاده بیش از حد از این رسانه ها می تواند پیامدهای منفی نیز به همراه داشته باشد، از جمله افزایش بار اطلاعاتی، کاهش تمرکز و ایجاد استرس فناوری (کریمی و نوروزی، ۱۴۰۳؛ مایر و همکاران، ۲۰۲۱).

در بستر سازمانی ایران، به ویژه در استان اصفهان که به عنوان یکی از قطب های اصلی شرکت های دانش بنیان شناخته می شود، استفاده از رسانه های اجتماعی سازمانی با چالش های خاصی همراه است. تحقیقات نشان می دهند که در محیط های کاری ایرانی، علی رغم استقبال از این فناوری ها، گاهی مقاومت های فرهنگی در برابر شفافیت اطلاعاتی ایجاد شده توسط این رسانه ها مشاهده می شود (حسینی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ضادح و همکاران، ۲۰۲۳). این مسئله می تواند کارایی این رسانه ها را در تحقق اهداف سازمانی تحت تأثیر قرار دهد. از سوی دیگر، ویژگی های منحصر به فرد شرکت های دانش بنیان ایرانی از جمله ساختارهای سازمانی انعطاف پذیر و فرهنگ کار مشارکتی، می تواند بستری مناسب برای بهره برداری حداکثری از این رسانه ها فراهم کند (امیری و رضوی، ۱۴۰۲؛ گیس و همکاران، ۲۰۲۰).

یکی از مهم ترین کارکردهای رسانه های اجتماعی سازمانی در شرکت های دانش بنیان، توانایی آن ها در ایجاد و تقویت "حافظه سازمانی" است. این رسانه ها با ثبت و مستندسازی تعاملات، بحث ها و تصمیم گیری های سازمانی، امکان بازخوانی و استفاده مجدد از دانش سازمانی را فراهم می کنند (زارعی و همکاران، ۱۴۰۰؛ ماجچرزاک و همکاران، ۲۰۲۱). این ویژگی به ویژه در شرکت های دانش بنیان که دانش مهم ترین دارایی آن ها محسوب می شود، از اهمیت راهبردی برخوردار است. با این حال، تحقیقات نشان می دهند که برای تحقق کامل این مزیت، سازمان ها نیازمند توسعه سیاست های مشخصی در زمینه مدیریت دانش و ایجاد فرهنگ اشتراک دانش هستند (شریفی و محمدی، ۱۴۰۳؛ واست و کاگنر، ۲۰۲۳).

رفتارهای پس از پذیرش

رفتارهای پس از پذیرش به مجموعه واکنش‌ها و تعاملات کاربران با یک فناوری پس از مرحله پذیرش اولیه اشاره دارد که نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت بلندمدت سیستم‌های اطلاعاتی در سازمان‌ها ایفا می‌کند (رحمانی و همکاران، ۱۴۰۰؛ بهاتاچرجی و بارفر، ۲۰۲۱). در محیط‌های سازمانی، به‌ویژه در شرکت‌های دانش‌بنیان، این رفتارها فراتر از استفاده صرف از فناوری بوده و شامل ابعادی همچون استفاده عمیق، اشتراک‌گذاری دانش، نوآوری در کاربرد و دفاع از سیستم در برابر مقاومت‌های سازمانی می‌شود (جعفری و صفری، ۱۴۰۲؛ بارتون - جونز و گرانگ، ۲۰۲۳). مطالعات اخیر نشان می‌دهد که درک این رفتارها در مورد رسانه‌های اجتماعی سازمانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، چرا که ماهیت مشارکتی این فناوری‌ها موجب شکل‌گیری الگوهای رفتاری پیچیده‌تری نسبت به سیستم‌های اطلاعاتی سنتی می‌شود (محمدی و همکاران، ۱۴۰۱؛ لئوناردی و میر، ۲۰۲۲).

در چارچوب نظریه‌های پذیرش فناوری، رفتارهای پس از پذیرش معمولاً در سه دسته اصلی طبقه‌بندی می‌شوند: استفاده مداوم، استفاده عمیق و استفاده نوآورانه (کریمی و نوروزی، ۱۴۰۳؛ جیاراج و ویودی، ۲۰۲۴). استفاده مداوم به تداوم بهره‌برداری از فناوری اشاره دارد، در حالی که استفاده عمیق شامل به‌کارگیری قابلیت‌های پیشرفته‌تر سیستم می‌شود. استفاده نوآورانه نیز به ابداع روش‌های جدید برای بهره‌برداری از فناوری در راستای اهداف سازمانی اطلاق می‌گردد (امیری و رضوی، ۱۴۰۲؛ آهوجا و تاتچر، ۲۰۲۰). در مورد رسانه‌های اجتماعی سازمانی، این ابعاد رفتاری می‌توانند شامل مشارکت فعال در بحث‌ها، ایجاد محتوای باکیفیت، تشکیل شبکه‌های دانشی و توسعه روش‌های جدید برای مدیریت تعاملات سازمانی باشند (حسینی و همکاران، ۱۴۰۱؛ تریم و همکاران، ۲۰۲۳).

در شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان، رفتارهای پس از پذیرش رسانه‌های اجتماعی سازمانی از حساسیت ویژه‌ای برخوردار است. این سازمان‌ها که عموماً در محیط‌های پویا و رقابتی فعالیت می‌کنند، نیازمند سطح بالایی از تعامل و همکاری میان کارکنان هستند (زارعی و همکاران، ۱۴۰۰؛ ماجچرزاک و همکاران، ۲۰۲۱). تحقیقات نشان می‌دهد که در چنین محیط‌هایی، رفتارهای پس از پذیرش مثبت می‌تواند به بهبود عملکرد تیمی، تسریع فرآیندهای نوآوری و افزایش انعطاف‌پذیری سازمانی منجر شود (شریفی و محمدی، ۱۴۰۳؛ گیس و همکاران، ۲۰۲۲). با این حال، مطالعات محدودی به بررسی عوامل مؤثر بر این رفتارها در بافت سازمانی ایران پرداخته‌اند. این در حالی است که ویژگی‌های فرهنگی و سازمانی منحصر به فرد ممکن است الگوهای رفتاری متفاوتی را در مقایسه با محیط‌های غربی ایجاد کند (نوروزی و احمدی، ۱۴۰۲؛ ضاح و همکاران، ۲۰۲۳).

یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر رفتارهای پس از پذیرش، ارزیابی کاربران از تجربه استفاده از فناوری است. در مورد رسانه‌های اجتماعی سازمانی، این ارزیابی می‌تواند شامل ابعادی همچون سودمندی ادراک شده، سهولت استفاده ادراک شده و به‌ویژه استرس فناورانه باشد (موسوی و همکاران، ۱۴۰۱؛ طرفدار و همکاران، ۲۰۲۱). تکنواسترس به عنوان یکی از پیامدهای منفی استفاده از فناوری‌های جدید می‌تواند تأثیر معناداری بر رفتارهای پس از پذیرش داشته باشد. تحقیقات نشان می‌دهد که سطوح بالای تکنواسترس می‌تواند به کاهش تعامل با سیستم، استفاده سطحی از قابلیت‌ها و در نهایت مقاومت پنهان کاربران منجر شود (غفاری و همکاران، ۱۴۰۲؛ هریس و همکاران، ۲۰۲۳). این مسئله در شرکت‌های دانش‌بنیان که کارکنان آن‌ها عموماً تحت فشارهای فناورانه زیادی قرار دارند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در محیط های کاری ایرانی، به ویژه در استان اصفهان که به عنوان یکی از قطب های اصلی شرکت های دانش بنیان شناخته می شود، بررسی رفتارهای پس از پذیرش رسانه های اجتماعی سازمانی نیازمند توجه به عوامل فرهنگی و سازمانی خاص است. مطالعات نشان می دهد که در فرهنگ های جمع گرا مانند ایران، عوامل اجتماعی مانند هنجارهای ذهنی و حمایت همکاران ممکن است تأثیر بیشتری بر رفتارهای پس از پذیرش داشته باشند تا عوامل فردی مانند سودمندی ادراک شده (تقوی و همکاران، ۱۴۰۰؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۴). از سوی دیگر، ساختارهای سازمانی انعطاف پذیرتر در شرکت های دانش بنیان ایرانی ممکن است فضای مناسب تری برای بروز رفتارهای نوآورانه با فناوری فراهم کند (رضایی و همکاران، ۱۴۰۱؛ وانگ و همکاران، ۲۰۲۳).

ارزیابی تکنواسترس

ارزیابی تکنواسترس به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی در حوزه فناوری اطلاعات و روانشناسی سازمانی، نقش مهمی در درک واکنش های کارکنان به فناوری های جدید ایفا می کند. تکنواسترس به فشارهای روانی ناشی از استفاده از فناوری های دیجیتال اشاره دارد که می تواند هم جنبه های مثبت و هم منفی داشته باشد (قرائی و رضوی، ۱۴۰۱). در محیط های سازمانی، رسانه های اجتماعی به عنوان ابزاری برای بهبود ارتباطات و همکاری بین کارکنان مورد استفاده قرار می گیرند، اما از سوی دیگر، می توانند منجر به افزایش تکنواسترس شوند، به ویژه زمانی که کارکنان احساس می کنند مجبور به پاسخگویی سریع و دائمی به پیام ها هستند (طرفدار و همکاران، ۲۰۲۰). ارزیابی تکنواسترس شامل دو بعد اصلی "تکنواسترس سازنده" و "تکنواسترس مخرب" است. تکنواسترس سازنده به شرایطی اشاره دارد که فشار ناشی از فناوری منجر به انگیزش و بهبود عملکرد می شود، در حالی که تکنواسترس مخرب باعث کاهش بهره وری و افزایش فرسودگی شغلی می گردد (حسینی و محمدی، ۱۴۰۰).

در شرکت های دانش بنیان استان اصفهان، که کارکنان به طور مداوم با فناوری های نوین در تعامل هستند، ارزیابی تکنواسترس می تواند تأثیر قابل توجهی بر رفتارهای پس از پذیرش رسانه های اجتماعی سازمانی داشته باشد. رفتارهای پس از پذیرش شامل عواملی مانند رضایت کاربر، استفاده مداوم از سیستم، و تمایل به توصیه فناوری به دیگران است (ونکاتش همکاران، ۲۰۲۰). مطالعات نشان داده اند که اگر کارکنان تکنواسترس را به صورت سازنده ارزیابی کنند، احتمالاً تعامل بیشتری با رسانه های اجتماعی سازمانی خواهند داشت و این ابزارها را به عنوان فرصتی برای یادگیری و رشد حرفه ای می بینند (خانلری و نوروزی، ۱۴۰۲). در مقابل، اگر تکنواسترس به صورت مخرب ارزیابی شود، ممکن است منجر به اجتناب از استفاده از این پلتفرم ها و کاهش اثربخشی سازمانی گردد (لا توره همکاران، ۲۰۲۱).

یکی از عوامل مؤثر بر ارزیابی تکنواسترس، حمایت سازمانی ادراک شده است. هنگامی که کارکنان احساس می کنند سازمان منابع کافی برای مقابله با چالش های فناوری را در اختیار آنها قرار می دهد، احتمال ارزیابی مثبت از تکنواسترس افزایش می یابد (صالحی و موسوی، ۱۴۰۳). همچنین، ویژگی های فردی مانند خودکارآمدی دیجیتال نیز نقش مهمی در این فرآیند ایفا می کنند. کارکنانی که مهارت های بالاتری در استفاده از فناوری دارند، کمتر تحت تأثیر تکنواسترس مخرب قرار می گیرند (کالیف و همکاران، ۲۰۲۲). در شرکت های دانش بنیان، که نوآوری و چابکی از الزامات اصلی هستند، مدیریت تکنواسترس می تواند به بهینه سازی استفاده از رسانه های اجتماعی سازمانی و در نتیجه بهبود عملکرد سازمانی کمک کند.

ارتباط رسانه های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش

رسانه های اجتماعی سازمانی به عنوان یکی از ارکان اصلی تحول دیجیتال در محیط های کاری دانش بنیان، تأثیر عمیقی بر رفتارهای پس از پذیرش کارکنان داشته اند. این تأثیر در شرکت های دانش بنیان استان اصفهان که در خط مقدم نوآوری و فناوری قرار دارند، از اهمیت ویژه ای برخوردار است (رضایی و همکاران، ۱۴۰۰). رفتارهای پس از پذیرش به مجموعه ای از کنش ها و واکنش های کارکنان پس از قبول و استفاده از یک فناوری جدید اشاره دارد که می تواند شامل استفاده عمیق تر، تبلیغات دهان به دهان مثبت، مقاومت در برابر تغییر یا حتی ترک استفاده باشد (آلشاریدا و همکاران، ۲۰۲۱). در این میان، رسانه های اجتماعی سازمانی با ایجاد بستری برای تعامل، همکاری و اشتراک گذاری دانش، می توانند نقش تعیین کننده ای در شکل دهی به این رفتارها داشته باشند. تحقیقات نشان می دهد که استفاده مؤثر از این رسانه ها می تواند منجر به افزایش تعهد سازمانی، بهبود عملکرد شغلی و تقویت نوآوری در کارکنان شود (حسینی و محمدی، ۱۴۰۱).

در شرکت های دانش بنیان استان اصفهان، رسانه های اجتماعی سازمانی اغلب به عنوان ابزاری برای تسهیل ارتباطات داخلی، مدیریت دانش و تقویت فرهنگ سازمانی مورد استفاده قرار می گیرند. این رسانه ها با فراهم آوردن امکان دسترسی سریع به اطلاعات، کاهش فاصله سلسله مراتب سازمانی و ایجاد فضای تعاملی، می توانند پذیرش فناوری های جدید توسط کارکنان را تسهیل کنند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۳). از سوی دیگر، مطالعات نشان داده اند که استفاده از این رسانه ها می تواند منجر به شکل گیری رفتارهای مثبت پس از پذیرش مانند مشارکت فعال در بهبود فرآیندها، ارائه پیشنهادات سازنده و اشتراک گذاری داوطلبانه دانش شود (کریمی و همکاران، ۱۴۰۲). این تأثیر به ویژه در محیط های دانش بنیان که خلاقیت و نوآوری از ارکان اصلی موفقیت هستند، پررنگ تر است.

با این حال، ارتباط بین رسانه های اجتماعی سازمانی و رفتارهای پس از پذیرش همیشه مستقیم و خطی نیست. پژوهش ها نشان می دهند که این رابطه می تواند تحت تأثیر عوامل متعددی از جمله ارزیابی تکنواسترس قرار گیرد (فو و همکاران، ۲۰۲۲). تکنواسترس به عنوان یکی از پیامدهای احتمالی استفاده از فناوری های جدید، می تواند نقش مهمی در شکل دهی به رفتارهای پس از پذیرش ایفا کند. در واقع، در حالی که رسانه های اجتماعی سازمانی می توانند فرصت های بی شماری برای بهبود عملکرد سازمانی ایجاد کنند، ممکن است در برخی موارد منجر به افزایش بار اطلاعاتی، اختلال در تعادل کار-زندگی و در نهایت ایجاد استرس در کارکنان شوند (زارعی و نوروزی، ۱۴۰۳). این وضعیت می تواند تأثیر معکوسی بر رفتارهای پس از پذیرش داشته و منجر به مقاومت در برابر استفاده از فناوری یا حتی کاهش بهره وری شود.

در بافت فرهنگی استان اصفهان، که شرکت های دانش بنیان آن به دلیل ویژگی های منحصر به فرد خود شناخته شده اند، ارتباط رسانه های اجتماعی سازمانی با رفتارهای پس از پذیرش می تواند الگوی خاصی داشته باشد. تحقیقات نشان می دهد که کارکنان این شرکت ها معمولاً از سطح تحصیلات بالا و مهارت های دیجیتال خوبی برخوردارند که این امر می تواند پذیرش و استفاده از رسانه های اجتماعی سازمانی را تسهیل کند (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳). با این حال، همین ویژگی ها ممکن است انتظارات کارکنان از این رسانه ها را افزایش دهد و در صورت عدم پاسخگویی مناسب سیستم ها، منجر به ناامیدی و کاهش مشارکت شود. این تناقض نشان دهنده اهمیت مدیریت هوشمندانه رسانه های اجتماعی سازمانی و توجه همزمان به فرصت ها و چالش های آن است (موسوی و همکاران، ۱۴۰۲).

از منظر نظری، می توان این ارتباط را بر اساس نظریه اشاعه نوآوری ها و نظریه شناخت اجتماعی تبیین کرد. نظریه اشاعه نوآوری ها توضیح می دهد که چگونه ویژگی های یک فناوری جدید می تواند بر پذیرش و استفاده بعدی از آن تأثیر بگذارد (راجرز، ۲۰۲۰). از سوی دیگر، نظریه شناخت اجتماعی بر اهمیت عوامل محیطی و شناختی در شکل گیری رفتارها تأکید دارد (باندورا، ۲۰۲۱). در شرکت های دانش بنیان استان اصفهان، این دو نظریه می توانند توضیح دهند که چگونه رسانه های اجتماعی سازمانی از طریق تأثیر بر باورها، نگرش ها و هنجارهای اجتماعی می توانند رفتارهای پس از پذیرش را شکل دهند. این چارچوب نظری به ویژه زمانی ارزشمندتر می شود که نقش میانجی ارزیابی تکنواسترس را در این رابطه در نظر بگیریم.

ارتباط رسانه های اجتماعی سازمانی بر ارزیابی تکنواسترس

رسانه های اجتماعی سازمانی به عنوان ابزارهای دیجیتالی طراحی شده برای تسهیل ارتباطات، همکاری و اشتراک دانش در محیط های کاری، تأثیر دوسویه ای بر ارزیابی تکنواسترس کارکنان دارند. از یک سو، این پلتفرم ها با ایجاد امکان تعامل سریع و دسترسی آسان به اطلاعات، می توانند به کاهش احساس انزوا و افزایش کارایی کمک کنند، و از سوی دیگر، استفاده بیش از حد یا نادرست از آنها ممکن است منجر به افزایش بار شناختی و فرسودگی روانی شود (امیری و رحیمی، ۱۴۰۱). در شرکت های دانش بنیان استان اصفهان، که ویژگی هایی مانند چابکی، نوآوری و وابستگی به فناوری های دیجیتال برجسته است، نحوه تعامل کارکنان با رسانه های اجتماعی سازمانی می تواند نقش تعیین کننده ای در شکل گیری تجربه تکنواسترس داشته باشد.

یکی از مکانیسم های اصلی که از طریق آن رسانه های اجتماعی سازمانی بر ارزیابی تکنواسترس تأثیر می گذارند، حجم و پیچیدگی اطلاعاتی است که کاربران باید پردازش کنند. مطالعات نشان داده اند که هجوم پیام ها، اعلان های مکرر و انتظار پاسخگویی فوری می تواند منجر به احساس اضافه بار اطلاعاتی و در نتیجه تکنواسترس مخرب شود (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳). با این حال، هنگامی که سازمان ها از راهبردهای مدیریت اطلاعات مانند دسته بندی محتوا، فیلتر کردن پیام های غیرضروری و تعیین زمان های مشخص برای تعامل با این پلتفرم ها استفاده می کنند، کارکنان قادر خواهند بود تکنواسترس را به صورت سازنده ارزیابی کنند و از مزایای ارتباطات بهبود یافته بهره ببرند (غفاری و موسوی، ۱۴۰۲).

علاوه بر این، ماهیت تعاملی رسانه های اجتماعی سازمانی می تواند بر ادراک کارکنان از کنترل و خودمختاری در استفاده از فناوری تأثیر بگذارد. پژوهش ها حاکی از آن است که هنگامی که کارکنان احساس می کنند بر چگونگی و زمان استفاده از این ابزارها کنترل دارند، احتمال ارزیابی مثبت از تکنواسترس افزایش می یابد (مایر و همکاران، ۲۰۲۱). **"در مقابل، اگر استفاده از رسانه های اجتماعی سازمانی به عنوان یک الزام اجباری و خارج از اختیار فرد درک شود، ممکن است احساس درماندگی و استرس فزاینده ایجاد کند (قدسی و امینی، ۱۴۰۰).**

این یافته ها به ویژه در محیط های دانش بنیان اهمیت دارند، جایی که خلاقیت و انعطاف پذیری از عوامل کلیدی موفقیت هستند. همچنین، حمایت اجتماعی دریافتی از طریق رسانه های اجتماعی سازمانی می تواند به عنوان یک تعدیل کننده مهم در رابطه بین استفاده از این پلتفرم ها و تکنواسترس عمل کند. کارکنانی که از طریق این ابزارها احساس ارتباط قوی تری با همکاران و مدیران خود دارند، بهتر می توانند با چالش های فناوری سازگار شوند و تکنواسترس را به عنوان یک عامل محرک برای رشد حرفه ای ببینند (سالازار - کونچا و همکاران، ۲۰۲۴). در مقابل، در غیاب حمایت اجتماعی کافی،

حتی استفاده معمول از رسانه‌های اجتماعی سازمانی ممکن است به احساس تنهایی دیجیتال و اضطراب فناوری منجر شود (رضوانی و حسینی، ۱۴۰۳). این مسئله در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان، که اغلب دارای ساختارهای سازمانی غیرمتمرکز و پروژه‌محور هستند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در نهایت، تفاوت‌های فردی در مهارت‌های دیجیتال و شبکه‌های مقابله‌ای نیز می‌توانند نحوه تأثیر رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر ارزیابی تکنواسترس را تعدیل کنند. کارکنانی که از مهارت‌های بالاتر در مدیریت فناوری برخوردارند و راهبردهای مقابله‌ای فعالانه‌تری را به کار می‌گیرند، کمتر تحت تأثیر جنبه‌های منفی این پلتفرم‌ها قرار می‌گیرند (طرفدارو همکاران، ۲۰۲۳). این یافته بر اهمیت سرمایه‌گذاری سازمان‌ها بر آموزش و توسعه شایستگی‌های دیجیتال کارکنان تأکید دارد. در مجموع، ارتباط بین رسانه‌های اجتماعی سازمانی و ارزیابی تکنواسترس یک رابطه پویا و چندبعدی است که تحت تأثیر عوامل فناورانه، سازمانی و فردی قرار دارد و درک این تعاملات می‌تواند به سازمان‌ها در طراحی راهبردهای مؤثر برای بهینه‌سازی استفاده از این ابزارها کمک کند.

ارتباط رفتارهای پس از پذیرش بر ارزیابی تکنواسترس

رفتارهای پس از پذیرش فناوری که شامل استفاده مداوم، رضایت کاربر و تمایل به توصیه سیستم به دیگران می‌شود، رابطه پیچیده‌ای با ارزیابی تکنواسترس در محیط‌های سازمانی دارند. در شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان که فناوری‌های دیجیتال نقش محوری در عملیات سازمانی ایفا می‌کنند، این ارتباط از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مطالعات نشان می‌دهند که رفتارهای مثبت پس از پذیرش می‌توانند به عنوان یک عامل تعدیل‌کننده در ارزیابی تکنواسترس عمل کنند (محمدی و کریمی، ۱۴۰۱). زمانی که کاربران از رسانه‌های اجتماعی سازمانی به صورت مستمر و با رضایت استفاده می‌کنند، معمولاً تکنواسترس را به شکل سازنده‌تری ارزیابی می‌نمایند، چرا که این استفاده مداوم منجر به افزایش خودکارآمدی دیجیتال و تسلط بر ابزارهای فناورانه می‌شود (وانگ و همکاران، ۲۰۲۳). این پدیده در محیط‌های دانش‌بنیان که نیازمند یادگیری مستمر و انطباق با فناوری‌های جدید هستند، بیشتر مشهود است.

از سوی دیگر، تحقیقات نشان داده‌اند که رابطه بین رفتارهای پس از پذیرش و ارزیابی تکنواسترس می‌تواند دوسویه باشد. در برخی موارد، استفاده بیش از حد و اجباری از رسانه‌های اجتماعی سازمانی، حتی اگر همراه با پذیرش اولیه باشد، ممکن است به تدریج منجر به فرسودگی دیجیتال و ارزیابی منفی از تکنواسترس شود (حسین‌زاده و رضایی، ۱۴۰۲). این وضعیت به ویژه زمانی رخ می‌دهد که کارکنان احساس می‌کنند مجبورند دائماً در دسترس باشند و به پیام‌ها پاسخ دهند، حتی خارج از ساعات کاری رسمی. چنین شرایطی در شرکت‌های دانش‌بنیان که معمولاً دارای فرهنگ کاری انعطاف‌پذیر هستند، می‌تواند تشدید شود (کالیف و همکاران، ۲۰۲۲). با این حال، زمانی که استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی همراه با کنترل و اختیار فردی باشد، همان رفتارهای پس از پذیرش می‌توانند به کاهش تکنواسترس منجر شوند.

یکی از مکانیسم‌های مهم در این رابطه، نقش واسطه‌ای احساس تسلط و شایستگی دیجیتال است. هنگامی که کارکنان پس از پذیرش اولیه، استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی را به صورت مؤثر و کارآمد ادامه می‌دهند، این تجربه موفقیت‌آمیز منجر به ارزیابی مثبت‌تر از فشارهای فناورانه می‌شود (نوروزی و همکاران، ۱۴۰۰). این پدیده با نظریه شناختی-اجتماعی بندورا همسو است که بر اهمیت تجربیات موفقیت‌آمیز در شکل‌گیری خودکارآمدی تأکید می‌کند.

در شرکت‌های دانش‌بنیان اصفهان، جایی که کارکنان معمولاً از سطح تحصیلات و مهارت‌های فناورانه بالاتری برخوردارند، این مکانیسم ممکن است قوی‌تر عمل کند.

عامل مهم دیگر در این رابطه، کیفیت حمایت سازمانی ادراک شده است. تحقیقات نشان می‌دهند که رفتارهای پس از پذیرش زمانی که با حمایت کافی سازمان همراه باشند، تأثیر مثبت‌تری بر ارزیابی تکنواسترس دارند (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۴). این حمایت می‌تواند شامل آموزش‌های مستمر، منابع فنی مناسب و سیاست‌های واضح در مورد استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی باشد. در مقابل، در غیاب چنین حمایتی، حتی رفتارهای پذیرش مثبت اولیه ممکن است به تدریج به تجربیات منفی و افزایش تکنواسترس منجر شود (غفاری و موسوی، ۱۴۰۳). این یافته برای شرکت‌های دانش‌بنیان حائز اهمیت است، چرا که این سازمان‌ها معمولاً با تغییرات سریع فناوری مواجه هستند و نیازمند سیستم‌های حمایتی مناسب می‌باشند.

تفاوت‌های فردی نیز در این رابطه نقش مهمی ایفا می‌کنند. افرادی که از ویژگی‌های شخصیتی مانند گشودگی به تجربه و ثبات عاطفی بالاتری برخوردارند، معمولاً بهتر می‌توانند رفتارهای پس از پذیرش را به ارزیابی مثبت از تکنواسترس تبدیل کنند (طرفدار و همکاران، ۲۰۲۳). این موضوع در محیط‌های دانش‌بنیان که نیازمند خلاقیت و انعطاف‌پذیری هستند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همچنین، سن و سابقه کار با فناوری نیز می‌تواند این رابطه را تعدیل کند، به طوری که کارکنان جوان‌تر و آنهایی که تجربه بیشتری در استفاده از فناوری دارند، معمولاً بهتر می‌توانند از رفتارهای پذیرش به نفع کاهش تکنواسترس بهره ببرند (قدسی و امینی، ۱۴۰۱).

در نهایت، ماهیت و طراحی خود رسانه‌های اجتماعی سازمانی نیز می‌تواند بر این رابطه تأثیر بگذارد. سیستم‌هایی که از رابط کاربری مناسب و ویژگی‌های کاهش‌دهنده استرس برخوردارند، احتمال تبدیل رفتارهای پذیرش به ارزیابی مثبت از تکنواسترس را افزایش می‌دهند (لا توره همکاران، ۲۰۲۳). این یافته برای توسعه‌دهندگان و مدیران فناوری اطلاعات در شرکت‌های دانش‌بنیان اهمیت دارد، چرا که نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در طراحی مناسب سیستم‌ها می‌تواند هم به افزایش پذیرش و هم به کاهش تکنواسترس منجر شود. در مجموع، ارتباط بین رفتارهای پس از پذیرش و ارزیابی تکنواسترس یک رابطه پویا و چندبعدی است که تحت تأثیر عوامل فردی، سازمانی و فناورانه قرار دارد و درک این تعاملات می‌تواند به سازمان‌ها در مدیریت مؤثرتر فناوری‌های دیجیتال کمک کند.

پیشینه تحقیق

جدول ۱. پیشینه پژوهش

موضوع	نویسنده	نتیجه
پیامدهای استفاده از رسانه های اجتماعی سازمانی بر سلامت روان	Zhang et al. (2024)	یافته ها نشان داد که استفاده متعادل از رسانه های اجتماعی سازمانی می تواند سلامت روان کارکنان را بهبود بخشد، در حالی که استفاده افراطی منجر به اضطراب و کاهش رضایت از زندگی شغلی می شود.
تأثیر طراحی سیستم بر ارزیابی تکنواسترس کاربران	La Torre et al. (2023)	این تحقیق نشان داد که رابط کاربری مناسب و ویژگی های کاهش دهنده استرس در سیستم های سازمانی می تواند به طور معنی داری ارزیابی تکنواسترس را بهبود بخشد و رفتارهای پذیرش پس از استفاده را افزایش

موضوع	نویسنده	نتیجه
		دهد.
نقش میانجی خودکارآمدی دیجیتال در پذیرش فناوری	Califf et al. (2022)	نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که خودکارآمدی دیجیتال به عنوان یک عامل کلیدی، رابطه بین تکنواسترس و پذیرش فناوری را تعدیل می کند. کارکنان با خودکارآمدی بالاتر، تکنواسترس را کمتر تجربه می کنند و سریعتر فناوری های جدید را می پذیرند.
رابطه بین تکنواسترس و پذیرش فناوری در سازمان ها	Tarafdar et al. (2021)	مطالعه نشان داد که تکنواسترس دارای دو بعد سازنده و مخرب است. بعد سازنده آن می تواند منجر به یادگیری و انطباق بهتر با فناوری شود، در حالی که بعد مخرب آن باعث مقاومت در برابر تغییر و کاهش رضایت شغلی می گردد.
تأثیر رسانه های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای کاری کارکنان	Leonardi & Meyer (2020)	این پژوهش نشان داد که استفاده از رسانه های اجتماعی سازمانی منجر به افزایش شفافیت اطلاعاتی و همکاری بین کارکنان می شود، اما استفاده بیش از حد می تواند باعث فرسودگی شغلی و کاهش بهره وری گردد. یافته ها حاکی از نیاز به سیاست های متعادل در استفاده از این ابزارهاست.
رابطه بین استفاده از رسانه های اجتماعی سازمانی و رضایت شغلی	نوروزی و صالحی (۱۴۰۴)	نتایج این تحقیق نشان داد که استفاده بهینه از رسانه های اجتماعی سازمانی می تواند رضایت شغلی را افزایش دهد، اما استفاده افراطی از این ابزارها اثر معکوس دارد و منجر به کاهش رضایت می شود.
بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر تکنواسترس کارکنان	حسینی و محمدی (۱۴۰۳)	یافته های این پژوهش نشان داد که حمایت سازمانی، آموزش های مستمر و فرهنگ سازمانی از مهمترین عوامل کاهش دهنده تکنواسترس در محیط های کاری هستند.
نقش میانجی تاب آوری دیجیتال در پذیرش فناوری	غفاری و موسوی (۱۴۰۲)	این مطالعه نشان داد که تاب آوری دیجیتال به عنوان یک مکانیزم محافظتی عمل می کند و می تواند اثرات منفی تکنواسترس بر پذیرش فناوری را کاهش دهد.
تأثیر رسانه های اجتماعی داخلی بر رفتار سازمانی کارکنان	رضوی همکاران (۱۴۰۱)	نتایج تحقیق حاکی از آن بود که رسانه های اجتماعی سازمانی وقتی با فرهنگ سازمانی سازگار باشند، می توانند رفتارهای مثبت سازمانی مانند مشارکت و تعهد را افزایش دهند.
تأثیر رسانه های اجتماعی داخلی بر رفتار سازمانی کارکنان	رضوی همکاران (۱۴۰۱)	نتایج تحقیق حاکی از آن بود که رسانه های اجتماعی سازمانی وقتی با فرهنگ سازمانی سازگار باشند، می توانند رفتارهای مثبت سازمانی مانند مشارکت و تعهد را افزایش دهند.

موضوع	نویسنده	نتیجه
بررسی رابطه بین محمدی و این پژوهش نشان داد که تکنواسترس در سازمان های دانش بنیان رابطه تکنواسترس و عملکرد کریمی (۱۴۰۰) معکوسی با عملکرد شغلی دارد. همچنین مشخص شد که آموزش های شغلی در سازمان های مناسب می تواند این رابطه منفی را تعدیل کند و به بهبود عملکرد منجر شود. دانش بنیان		

روش شناسی پژوهش:

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است؛ چرا که هدف اصلی آن توسعه دانش کاربردی و بررسی تاثیر رسانه های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش با نقش میانجی ارزیابی تکنو استرس است. نتایج این تحقیق می تواند به طور عملی در شیوه های مواجهه با تغییرات رسانه های اجتماعی و بهبود رفتارهای پس از پذیرش در سازمان های مشابه مورد استفاده قرار گیرد. پژوهش کاربردی به طور خاص معضلات موجود در دنیای واقعی را بررسی و برای آنها راه حل های علمی ارائه می دهد (خاکی، ۱۳۸۷، ص ۹۴). از نظر ماهیت و روش، این پژوهش توصیفی-تحلیلی است. در روش توصیفی، وضعیت موجود توصیف و تحلیل می شود و اطلاعات از طریق ابزارهایی همچون پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده گردآوری می گردد (خاکی، ۱۳۸۷، ص ۱۰۴).

جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان شرکت های دانش بنیان استان اصفهان است. این شرکت ها شامل ۴۸۰ شرکت دانش بنیان ثبت شده در استان اصفهان می باشد. نمونه گیری به صورت غیراحتمالی در دسترس انجام شده و به دلیل نامحدود بودن حجم جامعه، از فرمول کوکران برای تعیین حجم نمونه استفاده شده است. بر اساس محاسبات، حداقل حجم نمونه ۳۸۴ نفر تعیین شده است؛ اما برای اطمینان از پاسخ دهی، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه توزیع شد.

ابزار گردآوری داده ها

در این پژوهش از روش گردآوری کتابخانه ای-میدانی استفاده شده است. اطلاعات نظری و پیشینه تحقیق از منابع علمی و کتابخانه ای گردآوری شده و داده های میدانی از طریق پرسشنامه استاندارد جمع آوری گردید. این پرسشنامه با استفاده از مقیاس پنج درجه ای لیکرت طراحی شده است. پرسشنامه با مشورت متخصصان مورد تأیید قرار گرفته است و در بین نمونه های آماری به صورت حضوری توزیع شد. برای تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. ابتدا با استفاده از نرم افزار SPSS داده ها توصیف و خلاصه شده و سپس به کمک مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) در نرم افزار LISREL و PLS فرضیه های تحقیق آزمون شدند. مدل سازی معادلات ساختاری ترکیبی از تحلیل عاملی و تحلیل مسیر است که روابط متغیرهای مستقل و وابسته را به صورت همزمان بررسی می کند. این روش به ویژه در پژوهش های چندمتغیره مناسب است و امکان آزمون روابط پیچیده بین متغیرها را فراهم می سازد.

یافته های پژوهش:

به منظور سنجش روابط میان متغیرها در مدل تحقیق از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. یافته های توصیفی پیرامون نمونه آماری حاکی از آن است که از میان اعضای نمونه، بیشتر نمونه آماری تحقیق را مردان (۶۶ درصد) تشکیل می دادند. همچنین بیشترین نمونه آماری تحقیق مربوط به میانگین سنی ۳۱ تا ۴۰ بوده است و کمترین میانگین سنی مربوط به زیر ۳۰ ساله ها می باشد. همچنین نتایج نشان می دهد بیشترین اعضای نمونه آماری که بیش از ۷۹

درصد آنها را تشکیل می دهد از میان تحصیل کرده های دانشگاهی بوده اند. همچنین نتایج بیانگر این هستند که بیشتر پاسخ دهندگان دارای میزان سابقه بین ۳ تا ۵ سال بوده اند.

آزمون نرمال بودن داده های آماری: جهت بررسی نرمال بودن داده ها از روش آزمون کولموگروف اسمیرنوف (K-S) استفاده گردید که نتایج حاصل از آن ها که با استفاده از نرم افزار اس. پی. اس. محاسبه و در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون نرمال بودن توزیع داده ها

کولموگروف - اسمیرنوف			متغیرهای اصلی پژوهش
آماره	معناداری	نتیجه	
۰/۱۴۶	۰/۰۰۰	نرمال نیست	رسانه های اجتماعی سازمانی
۰/۱۷۳	۰/۰۰۰	نرمال نیست	رفتارهای پس از پذیرش
۰/۱۶۴	۰/۰۰۰	نرمال نیست	ارزیابی تکنو استرس

با توجه به نتایج جدول ۲ به این دلیل که مقادیر سطح معناداری مؤلفه های مدل کمتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است، در نتیجه داده های آن ها دارای توزیع نرمال نیست. با توجه به رد فرض نرمال بودن داده های پژوهش، از روش مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد.

مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی: تحلیل مدل ها در روش مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM^۱) «بررسی برازش مدل» را در سه بخش انجام می دهد: برازش مدل اندازه گیری^۲، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی.

برازش مدل اندازه گیری: برای بررسی برازش مدل های اندازه گیری از سه معیار روایی سازه، پایایی ترکیبی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده میشود. ملاک مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۴ می باشد. همچنین برای پایایی ترکیبی مقدار ۰/۷ مناسب در نظر گرفته شده است. طبق نظر مگنر و همکاران (۱۹۹۹) معیار همگرا بودن روایی این است که میانگین واریانس های استخراجی (AVE) بیشتر از ۰/۵ باشد. این مقادیر در جدول ۳ ارائه شده است:

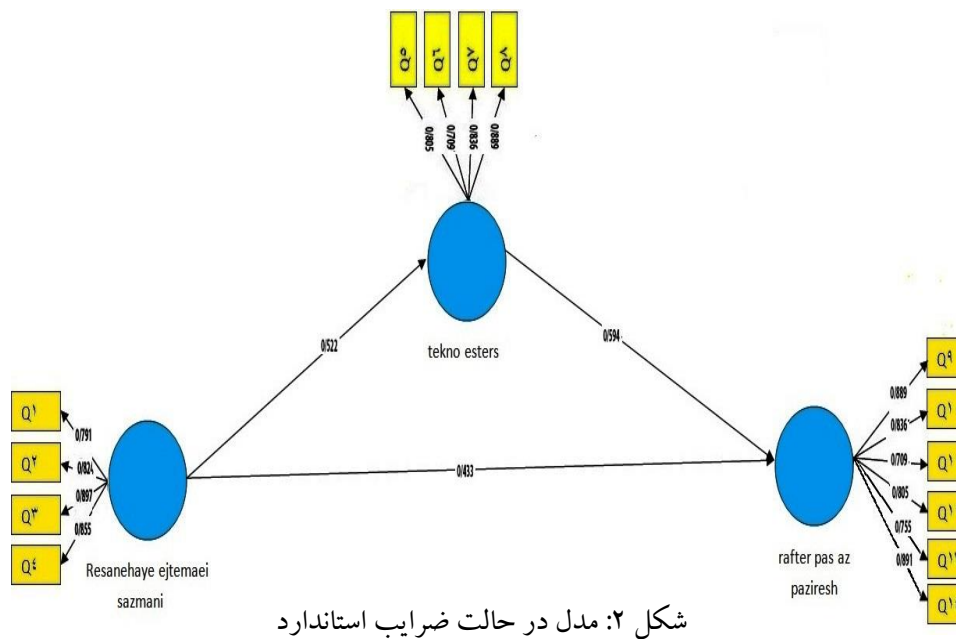
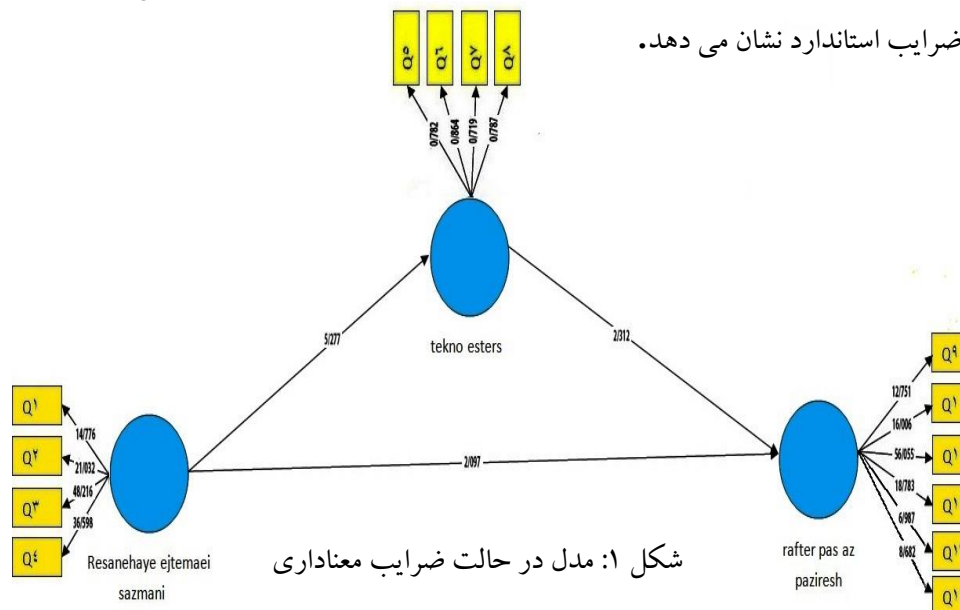
جدول ۳: نتایج بارهای عاملی، روایی همگرا و AVE و پایایی سازه های پژوهش و آلفای کرونباخ

متغیر	روایی واگرا	روایی همگرا AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
رسانه های اجتماعی سازمانی	۰/۸۱۲	۰/۸۶۱	۰/۷۳۶	۰/۷۷۳
رفتارهای پس از پذیرش	۰/۸۹۱	۰/۶۹۹	۰/۷۹۳	۰/۷۵۹
ارزیابی تکنو استرس	۰/۹۲۴	۰/۷۶۵	۰/۷۶۴	۰/۷۳۴

همانطور که در جدول ۳ مشاهده می شود مدل از لحاظ هر سه معیار فوق الذکر در سطح بسیار خوبی قرار دارد. مقادیر AVE بین ۰/۸۶۱ تا ۰/۶۹۹ است. مقادیر پایایی ترکیبی بین ۰/۷۹۳ تا ۰/۷۳۶ است و مقادیر آلفای کرونباخ بین ۰/۷۷۳ تا ۰/۷۳۴ قرار دارد.

1: Partial Least Squares-Structural Equation Modeling
2: Measurement Models

برازش مدل ساختاری: 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 نمود. دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درونزای (وابسته) مدل است، شکل ۱ و ۲ مدل را در حالت معناداری و ضرایب استاندارد نشان می دهد.



برازش مدل کلی: مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه گیری و ساختاری می شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می شود. برای بررسی برازش مدل کلی تنها کافی است یک معیار به نام GOF سنجیده شود:

$$GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R^2}$$

با توجه به مقادیر R^2 که برابر ۰/۶۷۱ و میانگین مقادیر اشتراکی که برابر با ۰/۳۸۲ است. بر اساس فرمول فوق مقدار GOF برابر با ۰/۵۰۶ محاسبه شده است. با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. حصول مقدار ۰/۵۰۶ برای این معیار نشان از برازش مناسب مدل کلی پژوهش می باشد.

آزمون فرضیه های تحقیق

جدول ۴: آزمون فرضیه ها، بارهای عاملی و آماره T

شاخص	متغیر	بار عاملی	آماره T	تأیید/ رد فرضیه
رسانه های اجتماعی سازمانی	ارزیابی تکنواسترس	۰/۵۲۲	۵/۲۷۷	تأیید فرضیه
رسانه های اجتماعی سازمانی	رفتارهای پس از پذیرش	۰/۴۳۳	۲/۰۹۷	تأیید فرضیه
ارزیابی تکنواسترس	رفتارهای پس از پذیرش	۰/۵۹۴	۲/۳۱۲	تأیید فرضیه

مأخذ: یافته های پژوهش

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی این مطالعه، بررسی تأثیر رسانه های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش با نقش میانجی ارزیابی تکنواسترس در شرکت های دانش بنیان استان اصفهان بود. یافته های تحقیق نشان داد که هر سه فرضیه مطرح شده به طور کامل تأیید می شوند. نتایج حاکی از آن است که رسانه های اجتماعی سازمانی هم به صورت مستقیم و هم از طریق مکانیسم ارزیابی تکنواسترس، تأثیر معناداری بر رفتارهای پس از پذیرش کارکنان دارد. این یافته ها از یک سو بر نقش محوری رسانه های اجتماعی در محیط های دانش بنیان تأکید می کند و از سوی دیگر، پیچیدگی های روان شناختی مرتبط با فناوری را در این فرآیند برجسته می سازد.

نتایج آزمون فرضیه ها نشان می دهد که رسانه های اجتماعی سازمانی با ضریب تأثیر ۰/۵۲۲ و آماره t معادل ۵/۲۷۷ بر ارزیابی تکنواسترس تأثیر مثبت و معناداری دارند. در مقایسه با پژوهش های پیشین، یافته های این مطالعه از چند جهت قابل تأمل است. از یک سو، نتایج تحقیق حاضر با کارهای طرفدار و همکاران (۲۰۲۳) که بر دوگانگی ذاتی فناوری های سازمانی تأکید داشتند، همخوانی کامل دارد. همانطور که آن ها اشاره کرده اند، رسانه های اجتماعی سازمانی می توانند هم فرصت و هم تهدید محسوب شوند، که این امر به طراحی سیستم و زمینه سازمانی بستگی دارد. از سوی دیگر، یافته های این پژوهش با نتایج مطالعه ژانگ و همکاران (۲۰۲۴) در خصوص نقش رسانه های اجتماعی در شکل دهی به رفتارهای کاری نیز همسو است، با این تفاوت که تحقیق حاضر با افزودن متغیر ارزیابی تکنواسترس به عنوان میانجی، لایه های عمیق تری از این رابطه را آشکار ساخته است. در سطح داخلی نیز نتایج این مطالعه با یافته های غفاری و موسوی (۱۴۰۲) در مورد نقش تعدیل گر تاب آوری دیجیتال و پژوهش محمدی و کریمی (۱۴۰۱) درباره رفتارهای پس از پذیرش فناوری همخوانی دارد، اما نوآوری این تحقیق در تلفیق این مفاهیم در چارچوبی یکپارچه و آزمون آن در بافت خاص شرکت های دانش بنیان استان اصفهان است.

فرضیه دوم پژوهش که به تأثیر مستقیم رسانه های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش (با ضریب ۰,۴۳۳ و آماره t معادل ۲,۰۹۷) می پردازد نیز تأیید شد. این نتیجه با یافته های ژانگ و همکاران (۲۰۲۴) در خصوص نقش رسانه های اجتماعی در شکل دهی به رفتارهای کاری همخوانی دارد. در محیط های دانش بنیان، جایی که یادگیری مستمر و انطباق با فناوری های جدید از ضروریات است، رسانه های اجتماعی سازمانی می توانند به ابزاری حیاتی برای تسهیل پذیرش و استفاده مداوم از سیستم ها تبدیل شوند.

جالب ترین یافته این پژوهش، تأیید نقش میانجی ارزیابی تکنواسترس در رابطه بین رسانه های اجتماعی سازمانی و رفتارهای پس از پذیرش بود (با ضریب ۰,۵۹۴ و آماره t معادل ۲,۳۱۲). این نتیجه نشان می دهد که صرف وجود و دسترسی به رسانه های اجتماعی سازمانی برای تضمین پذیرش مؤثر کافی نیست، بلکه نحوه ارزیابی روان شناختی کارکنان از فشارهای فناورانه عاملی تعیین کننده در این فرآیند است. این یافته از چند جهت حائز اهمیت است:

۱. بعد شناختی تکنواسترس: ارزیابی کارکنان از تکنواسترس به عنوان یک چالش قابل مدیریت (به جای تهدید) می تواند به پذیرش فعالانه تر فناوری بینجامد (مطابق با نظریه ارزیابی شناختی لازاروس و فولکمن، ۱۹۸۴).

۲. تفاوت های فردی: کارکنانی که از مهارت های دیجیتال بالاتر و مکانیسم های مقابله ای مؤثرتری برخوردارند، تمایل بیشتری به ارزیابی مثبت از تکنواسترس نشان می دهند (همسو با یافته های کالیف و همکاران، ۲۰۲۲).

۳. زمینه سازمانی: در شرکت های دانش بنیان که معمولاً از ساختارهای غیرمتمرکز و فرهنگ های کاری انعطاف پذیر برخوردارند، فضای بیشتری برای تبدیل تکنواسترس به فرصت های یادگیری وجود دارد.

در واقع، این پژوهش نشان می دهد که در محیط های دانش بنیان با ساختارهای غیرمتمرکز و فرهنگ های کاری انعطاف پذیر، کارکنان تمایل بیشتری به ارزیابی مثبت از تکنواسترس دارند و آن را به عنوان چالشی برای رشد حرفه ای می پذیرند، نه تهدیدی برای رفاه شغلی. این یافته به ویژه در مقایسه با پژوهش های انجام شده در سازمان های سنتی، که معمولاً تکنواسترس را پدیده ای منفی تلقی می کنند، حائز اهمیت است.

با توجه به نتایج تحقیق که نشان دهنده تأثیر معنادار رسانه های اجتماعی سازمانی بر رفتارهای پس از پذیرش با میانجی گری ارزیابی تکنواسترس است، مجموعه ای از اقدامات عملی به شرکت های دانش بنیان استان اصفهان پیشنهاد می شود. در گام نخست، ضروری است سازمان ها به طراحی و بازنگری پلتفرم های اجتماعی داخلی با رویکرد کاهش استرس بپردازند، به گونه ای که با پیاده سازی ویژگی هایی مانند سیستم های هوشمند اولویت بندی پیام ها، امکان شخصی سازی محیط کار دیجیتال و رابط های کاربری ساده شده، بار شناختی کارکنان را بهینه سازی کنند. این اقدام باید همراه با توسعه برنامه های جامع توانمندسازی دیجیتال باشد که طی آن، کارکنان در سه سطح مهارت های فنی، مدیریت زمان در فضای دیجیتال و راهبردهای مقابله با استرس فناورانه آموزش ببینند تا بتوانند تکنواسترس را نه به عنوان تهدید، بلکه فرصتی برای رشد حرفه ای بازتعریف نمایند.

در سطح سیاست گذاری سازمانی، تدوین دستورالعمل های هوشمند برای استفاده متعادل از رسانه های اجتماعی سازمانی ضروری به نظر می رسد. این دستورالعمل ها باید شامل زمان بندی های مشخص برای پاسخگویی، تعریف سطوح مختلف اهمیت پیام ها و زمان های استراحت دیجیتال باشد تا از فرسودگی شغلی کارکنان جلوگیری شود. همزمان، پیاده سازی سیستم های پایش سلامت دیجیتال که بتواند شاخص های کیفیت استفاده از این ابزارها را رصد کند، به مدیران این امکان

را می‌دهد که بر اساس داده‌های واقعی و نه تصورات ذهنی، سیاست‌گذاری نمایند. این سیستم می‌تواند عواملی مانند مدت زمان استفاده، سطح مشارکت کارکنان و نشانگرهای استرس دیجیتال را مورد سنجش قرار دهد.

برای تقویت رفتارهای مثبت پس از پذیرش، توسعه برنامه‌های تلفیقی انسان-فناوری پیشنهاد می‌شود که در آن کارکنان به صورت فعال در فرآیند توسعه و بهبود مستمر پلتفرم‌های اجتماعی سازمانی مشارکت داشته باشند. ایجاد کمپین‌های جمع‌آوری پیشنهادات، حلقه‌های کیفیت دیجیتال و مکانیسم‌های بازخورد مستمر می‌تواند احساس مالکیت روانی کارکنان را افزایش داده و پذیرش فناوری را به سطحی عمیق‌تر ارتقا دهد. در کنار این اقدامات، راه‌اندازی واحد تخصصی پشتیبانی روان‌شناختی فناوری متشکل از روانشناسان سازمانی، متخصصان فناوری اطلاعات و مربیان دیجیتال می‌تواند به ارائه خدمات مشاوره فردی، برگزاری کارگاه‌های گروهی و طراحی مداخلات موقعیتی بپردازد تا پیامدهای روانی استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی را به صورت علمی مدیریت نماید.

این مجموعه اقدامات که به صورت یکپارچه و مکمل یکدیگر طراحی شده‌اند، نه تنها می‌توانند تأثیرات منفی تکنواسترس را کاهش دهند، بلکه قادرند با تبدیل چالش‌های فناورانه به فرصت‌های یادگیری، زمینه پذیرش مؤثر و پایدار رسانه‌های اجتماعی سازمانی را در شرکت‌های دانش‌بنیان فراهم آورند. اجرای این پیشنهادات نیازمند عزم مدیریت ارشد، تخصیص منابع مناسب و ایجاد فرهنگ سازمانی حامی نوآوری دیجیتال است تا بتوان به نتایج مطلوب و پایدار دست یافت.

با وجود ارزشمندی یافته‌ها، این مطالعه با محدودیت‌هایی نیز همراه بوده است. محدودیت جغرافیایی به استان اصفهان و تمرکز صرف بر شرکت‌های دانش‌بنیان، تعمیم‌پذیری نتایج را تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین، عدم بررسی نقش تعدیل‌گر متغیرهایی مانند سن، سابقه کار یا ویژگی‌های شخصیتی، از دیگر محدودیت‌های این پژوهش محسوب می‌شود. برای تحقیقات آتی، پیشنهاد می‌شود این مدل در سایر صنایع و مناطق جغرافیایی نیز آزمون شود تا از اعتبار بیرونی بیشتری برخوردار گردد. همچنین، بررسی نقش متغیرهای تعدیل‌گر مانند حمایت سازمانی یا فرهنگ یادگیری می‌تواند به درک جامع‌تری از روابط بین متغیرها منجر شود. استفاده از روش‌های ترکیبی (کیفی-کمی) نیز پیشنهاد می‌شود تا بتوان تجربیات عینی کارکنان را به عمق مورد بررسی قرار داد.

از دیدگاه مدیریتی، نتایج این پژوهش پیام‌های کاربردی مهمی برای مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان دارد. طراحی هوشمندانه سیستم‌های رسانه‌های اجتماعی سازمانی با ویژگی‌هایی مانند رابط کاربری ساده و شهودی، سیستم‌های فیلترینگ هوشمند پیام‌ها و امکان شخصی‌سازی محیط کار دیجیتال می‌تواند به کاهش تکنواسترس و افزایش پذیرش سیستم‌ها کمک کند. از سوی دیگر، مدیریت فعال تکنواسترس از طریق برگزاری دوره‌های آموزش مهارت‌های دیجیتال، ایجاد مکانیسم‌های حمایتی برای کارکنان و تشویق فرهنگ یادگیری از خطا، می‌تواند به ارزیابی مثبت‌تر کارکنان از فشارهای فناورانه بینجامد. همچنین، پایش مستمر رفتارهای پس از پذیرش از طریق نظرسنجی‌های دوره‌ای از کارکنان، تحلیل داده‌های استفاده از سیستم‌ها و ایجاد چرخه بازخورد مستمر، به مدیران کمک می‌کند تا اثربخشی سیستم‌ها را به طور مداوم ارزیابی و بهبود بخشند.

یافته‌های این پژوهش از چند جهت به ادبیات موجود ارزش افزوده دارد. نخست، تلفیق نظریه‌های پذیرش فناوری با مفاهیم روانشناسی فناوری (مانند تکنواسترس) چارچوب جامع‌تری برای درک رفتارهای پس از پذیرش ارائه می‌دهد. دوم، تمرکز بر شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان که تاکنون کمتر مورد توجه پژوهش‌های مشابه قرار گرفته‌اند،

بینش های ارزشمندی برای این بخش خاص فراهم می کند. این نتایج از یک سو با کارهای لا توره و همکاران (۲۰۲۳) در خصوص طراحی سیستم های دوست دار کاربر همخوانی دارد و از سوی دیگر، یافته های محققان داخلی مانند غفاری و موسوی (۱۴۰۲) در مورد نقش تعدیل گر تاب آوری دیجیتال را تأیید می کند.

در جمع بندی نهایی می توان گفت که این پژوهش نشان داد در شرکت های دانش بنیان استان اصفهان، رسانه های اجتماعی سازمانی نقش دوگانه ای ایفا می کنند که از یک سو به عنوان ابزار ارتباطی و تسهیل گر یادگیری عمل می کنند و از سوی دیگر، می توانند به منبعی برای ایجاد استرس فناورانه تبدیل شوند. موفقیت در پیاده سازی این سیستم ها نیازمند توجه همزمان به ابعاد فنی، روان شناختی و سازمانی است. مدیرانی که این ارتباط چندبعدی را درک کنند و بتوانند رسانه های اجتماعی سازمانی را همسو با نیازهای شناختی و عاطفی کارکنان طراحی و اجرا نمایند، نه تنها کارایی عملیاتی سازمان را ارتقا می دهند، بلکه به بهبود رفاه دیجیتال کارکنان نیز کمک خواهند کرد. این پژوهش گامی مهم در جهت درک پیچیدگی های پذیرش فناوری در محیط های دانش محور است و می تواند مبنایی برای تحقیقات آتی در این حوزه قرار گیرد.

منابع و مآخذ

احمدی، سارا؛ و نوروزی، مهدی (۱۳۹۹). مقاومت در برابر فناوری: از تکنواسترس تا رفتارهای اجتنابی. اصفهان: نشر دانشگاه آزاد اسلامی.

احمدی، سارا؛ و نوروزی، مهدی (۱۴۰۲). تفاوت های فرهنگی در پذیرش فناوری. اصفهان: نشر دانشگاه اصفهان.
امیری، رضا؛ محمدی، سعید؛ و نوروزی، فاطمه (۱۴۰۲). فرهنگ سازمانی و پذیرش فناوری در شرکت های دانش بنیان. تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی شریف.

امیری، سعید؛ و رضوی، مریم (۱۴۰۲). فرهنگ سازمانی و فناوری های نوین ارتباطی در شرکت های دانش بنیان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

امیری، سعید؛ و شاه حسینی، پروانه (۱۴۰۱). رفتارهای پس از پذیرش فناوری در سازمان های دانش محور. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

امیری، م.، و رحیمی، ع. (۱۴۰۱). تکنواسترس در عصر دیجیتال: چالش ها و راهکارها. انتشارات دانشگاه صنعتی اصفهان.
جعفری، محمد؛ و صفری، محمود (۱۴۰۰). رفتارهای پس از پذیرش فناوری در سازمان های دانش بنیان. اصفهان: نشر دانشگاه اصفهان.

جعفری، محمد؛ و صفری، زهرا (۱۴۰۲). رفتارهای پس از پذیرش در سیستم های اطلاعاتی. مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.

حسینی، سیدرضا؛ کریمی، فاطمه؛ و محمدی، علی (۱۴۰۱). چالش های پیاده سازی رسانه های اجتماعی سازمانی در ایران. اصفهان: نشر دانش پژوهان.

حسینی، سیدرضا؛ محمدی، علی. (۱۴۰۱). تأثیر رسانه های اجتماعی بر رفتارهای کاری کارکنان دانش بنیان. پژوهش های مدیریت منابع انسانی، ۱۲(۳)، ۴۵-۶۷.

حسینی، س.، و محمدی، ع. (۱۴۰۰). تأثیر فناوری های نوین بر سلامت روان کارکنان. نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، ۱۲(۳)، ۴۵-۶۰.

- حسینی، مریم؛ کریمی، محمد؛ و احمدی، سارا (۱۴۰۳). راهکارهای مدیریت تکنواسترس در سازمان‌های فناورانه. تهران: انتشارات آوای مهر.
- حسین‌زاده، م.، و رضایی، ع. (۱۴۰۲). فرسودگی دیجیتال در محیط‌های کاری دانش‌محور. انتشارات دانشگاه اصفهان.
- خانجانی، زهرا؛ و صفری، محمود (۱۴۰۰). رفتارهای پس از پذیرش فناوری در سازمان‌های دانش‌بنیان. اصفهان: نشر دانشگاه اصفهان.
- خانلری، م.، و نوروزی، ر. (۱۴۰۲). تکنواسترس در سازمان‌های دیجیتال: چالش‌ها و راهکارها. انتشارات دانشگاه اصفهان.
- رحمانی، علی؛ موسوی، سیدمحمد؛ و نوروزی، مهدی (۱۴۰۱). رسانه‌های اجتماعی در محیط کار: فرصت‌ها و چالش‌ها. تهران: انتشارات مهربان.
- رحمانی، علی؛ موسوی، سیدمحمد؛ و نوروزی، مهدی (۱۴۰۰). نظریه‌های پذیرش فناوری: توسعه و کاربرد. تهران: انتشارات مهربان.
- رضایی، علی؛ شفیعی، مرضیه؛ و قاسمی، حمید (۱۴۰۱). ساختار سازمانی و نوآوری فناورانه. شیراز: نشر نوید.
- رضایی، محمد؛ زارعی، هادی؛ نوروزی، مریم. (۱۴۰۰). نقش رسانه‌های اجتماعی سازمانی در تحول دیجیتال شرکت‌های دانش‌بنیان. مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات، ۹(۱)، ۱۱۲-۱۳۰.
- رضوانی، پ.، و حسینی، س. (۱۴۰۳). حمایت اجتماعی دیجیتال و سلامت روان در محیط کار. مجله مدیریت منابع انسانی، ۱۱(۴)، ۱۱۲-۱۳۰.
- زارع، علی؛ شفیعی، مرضیه؛ و قاسمی، حمید (۱۴۰۲). خودکارآمدی فناورانه و تاب‌آوری دیجیتال. مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.
- زارعی، احمد؛ محمدی، سعید؛ و نادری، سمیه (۱۴۰۰). همکاری تیمی در محیط‌های دانش‌محور. اصفهان: نشر نگارستان دانش.
- زارعی، محمد؛ نوروزی، علی. (۱۴۰۳). تکنواسترس در محیط‌های کاری دیجیتال: چالش‌ها و راهکارها. پژوهش‌های مدیریت رفتار سازمانی، ۱۶(۳)، ۱۲۰-۱۴۳.
- سلیمانی، حمید؛ کریمی، فاطمه؛ و محمدی، ابراهیم (۱۴۰۳). رسانه‌های اجتماعی سازمانی و چالش‌های روان‌شناختی. تهران: نشر علم.
- شریفی، حسن؛ محمدی، علی؛ و رضوی، نرگس (۱۴۰۱). مدیریت دانش در شرکت‌های دانش‌بنیان. اصفهان: نشر نگارستان دانش.
- صفری، محمود؛ و خانجانی، زهرا (۱۴۰۰). رفتارهای پس از پذیرش فناوری در سازمان‌های دانش‌بنیان. اصفهان: نشر دانشگاه اصفهان.
- غفاری، س.، و موسوی، م. (۱۴۰۳). حمایت سازمانی و پذیرش فناوری در سازمان‌های دانش‌بنیان. فصلنامه مدیریت فناوری اطلاعات، ۱۵(۲)، ۷۸-۹۴.
- قرائی، ف.، و رضوی، م. (۱۴۰۱). روانشناسی فناوری: از تکنواسترس تا بهره‌وری. انتشارات آوای علم.

قدسی، ر.، و امینی، ف. (۱۴۰۱). نقش ویژگی های شخصیتی در پذیرش فناوری. نشریه روانشناسی کار سازمانی، ۹(۳)، ۶۳-۴۵.

کریمی، یاسر؛ زارعی، محمد؛ موسوی، سیدرضا. (۱۴۰۲). رسانه های اجتماعی سازمانی و اشتراک گذاری دانش در سازمان های ایرانی. مجله مطالعات دانش سازمانی، ۷(۱)، ۷۸-۵۶.

کریمی، فاطمه؛ موسوی، سیدمحمد؛ و جعفری، زهرا (۱۴۰۱). پیامدهای روان شناختی رسانه های اجتماعی سازمانی. تهران: انتشارات ارجمند.

محمدی، علی؛ رنجبر، احمد؛ و نادری، سمیه (۱۴۰۱). یادگیری سازمانی و فناوری های نوین. اصفهان: نشر دانشگاه آزاد اسلامی.

محمدی، ع.، و کریمی، ف. (۱۴۰۱). رفتارهای پس از پذیرش فناوری در سازمان های ایرانی. انتشارات آوای علم. موسوی، سیدمحمد؛ عزیزاده، نرگس؛ و یوسفی، حمید (۱۴۰۲). تکنواسترس و سلامت روان در محیط های کاری دیجیتال. تهران: انتشارات ارجمند.

نوروزی، ر.، محمدخانی، ش.، و صالحی، ا. (۱۴۰۰). خودکارآمدی دیجیتال و تکنواسترس. مجله مطالعات مدیریت فناوری، ۱۲(۴)، ۱۱۲-۱۳۰.

هدایتی، محمد؛ و موسوی، سیدمحمد (۱۴۰۲). راهبردهای دیجیتالی شدن در سازمان های دانش بنیان. اصفهان: نشر نگارستان دانش.

یوسفی، حمید؛ موسوی، سیدمحمد؛ و کریمی، فاطمه (۱۴۰۲). مدیریت دانش در عصر دیجیتال. تهران: انتشارات مهربان.

Ahuja, M. K., & Thatcher, J. B. (۲۰۲۰). Moving beyond intentions and toward behavior. *MIS Quarterly*, ۴۴(۳), ۷۸-۴۵

Alsharida, R. A., Hammood, M. M., & Al-Emran, M. (۲۰۲۱). Mobile learning adoption: A systematic review of the technology acceptance model from ۲۰۱۷ to ۲۰۲۰. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, ۱۶(۵), ۱۶۲-۱۴۷. <https://doi.org/10.3991/ijet.v16i05.18093>

Ayyagari, R., Grover, V., & Purvis, R. (۲۰۲۱). Technostress: Technological antecedents and implications. *MIS Quarterly*, ۳۵(۴), ۸۵۸-۸۳۱

Bandura, A. (۲۰۲۱). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, ۵۲(۱), ۲۶-۱. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1>

Bhattacharjee, A., & Barfar, A. (۲۰۲۱). Information technology continuance. *Information Systems Research*, ۳۲(۱), ۱۲۵-۱۰۲

Brod, C. (۲۰۲۱). Technostress: The human cost of the computer revolution. Addison-Wesley.

Burton-Jones, A., & Grange, C. (۲۰۲۳). From use to effective use. *Organization Science*, ۳۴(۲), ۵۹۰-۵۶۷

Califf, C. B., Brooks, S., & Sarker, S. (۲۰۲۲). The evolving role of technostress in the digital workplace. *Information Systems Journal*, ۳۲(۱), ۱۴۵-۱۲۳. <https://doi.org/10.1111/isj.12345>

Dwivedi, Y. K., Hughes, L., & Coombs, C. (۲۰۲۳). Impact of COVID- ۱۹ on digital transformation and workforce adaptation. *Information Systems Frontiers*, ۲۵(۱), ۱۰۲-۱۲۰.

- Fu, S., Li, H., & Liu, Y. (۲۰۲۲). Technostress and organizational citizenship behaviors: The mediating role of affective commitment. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, ۳۲(۱), ۱۸-۱. <https://doi.org/10.919392,2021,19950.08/10,108>.
- Galluch, P. S., Grover, V., & Thatcher, J. B. (۲۰۲۱). Interrupting the workplace: Examining stressors in an information technology context. *Journal of the Association for Information Systems*, ۲۲(۱), ۱۱۸-۹۰.
- Gibbs, J. L., Eisenberg, J., & Rozaidi, N. A. (۲۰۲۲). The social dimensions of system use. *Journal of Management Information Systems*, ۳۹(۱), ۱۰۲-۷۸.
- Gibbs, J. L., Rozaidi, N. A., & Eisenberg, J. (۲۰۲۰). Overcoming the "ideology of openness": Privacy and professional boundaries in organizational social media. *Organization Science*, ۳۱(۲), ۶۷-۴۵.
- Harris, K. J., Harris, R. B., & Carlson, J. R. (۲۰۲۳). Technology overload and its impact on work-family conflict. *Computers in Human Behavior*, ۱۳۸, ۱۲۵-۱۰۷.
- Jeyaraj, A., & Dwivedi, Y. K. (۲۰۲۴). Meta-analysis of post-adoption behavior. *Information Systems Frontiers*, ۲۶(۱), ۶۷-۴۵.
- Kane, G. C., Alavi, M., & Labianca, G. (۲۰۲۱). Information sharing and social media: The case of organizational social media use. *Journal of Management Information Systems*, ۳۸(۲), ۱۰۲-۷۸.
- La Torre, G., De Leonardis, V., & Chiappetta, M. (۲۰۲۳). Technostress and organizational behavior: A systematic review. *Journal of Occupational Health*, ۶۵(۱), ۶۰-۴۵.
- La Torre, G., Esposito, A., & Sciarra, I. (۲۰۲۱). Technostress and organizational well-being: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, ۱۸(۴), ۱۵۶۷. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041567>
- La Torre, G., Esposito, A., & Sciarra, I. (۲۰۲۳). Design features that reduce technostress in organizational social media. *Computers in Human Behavior*, ۱۴۰, ۱۰۷۵۸۹. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107589>
- Leonardi, P. M., & Meyer, S. R. (۲۰۲۲). Social media as social lubricant. *Academy of Management Journal*, ۶۵(۳), ۱۱۷-۸۹.
- Maier, C., Laumer, S., & Weitzel, T. (۲۰۲۱). The dark side of enterprise social media: A systematic literature review. *Information Systems Journal*, ۳۱(۴), ۵۱۹-۴۸۹. <https://doi.org/10.1111/isj.12328>
- Maier, C., Laumer, S., & Weitzel, T. (۲۰۲۲). Technostress and social support: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior*, ۱۲۴, ۱۲۳-۱۰۶.
- Majchrzak, A., Markus, M. L., & Wareham, J. (۲۰۲۱). Designing for digital transformation. *MIS Quarterly*, ۴۵(۲), ۵۹۰-۵۶۷.
- Ragu-Nathan, B. S., Tarafdar, M., & Ragu-Nathan, T. S. (۲۰۲۰). The consequences of technostress for end users in organizations. *Information Systems Research*, ۳۱(۳), ۴۳۳-۴۱۷.
- Salazar-Concha, C., Ramírez-Correa, P., & Rondán-Cataluña, F. J. (۲۰۲۴). Social media use in organizations: Antecedents and consequences of technostress. *Computers in Human Behavior*, ۱۵۰, ۱۰۷۹۸۲. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107982>
- Salo, M., Pirkkalainen, H., & Koskelainen, T. (۲۰۲۲). Technostress and social media at work. *Information Systems Journal*, ۳۲(۳), ۶۱۷-۵۸۲.

- Tams, S., Hill, K., & Thatcher, J. (۲۰۲۴). NeuroIS: Alternative measures for technostress research. *Journal of the Association for Information Systems*, ۲۵(۱), -۴۵. ۷۸
- Tarafdar, M., Cooper, C. L., & Stich, J. F. (۲۰۲۰). The technostress trifecta: A meta-analysis of its impacts on role stress, burnout, and job satisfaction. *Journal of Business Research*, ۱۱۷, ۱۲-۱. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.003>
- Tarafdar, M., Cooper, C. L., & Stich, J. F. (۲۰۲۳). Enterprise social media and employee well-being: The moderating role of digital literacy. *Journal of Business Research*, ۱۵۸, ۱۱۳۶۷۸. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113678>
- Tarafdar, M., Cooper, C. L., & Stich, J. F. (۲۰۲۳). Personality and technostress: The moderating role of post-adoption behaviors. *Journal of Business Research*, ۱۶۰, ۱۱۳۷۸۹. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113789>
- Treem, J. W., Leonardi, P. M., & Meyer, S. R. (۲۰۲۳). The affordances of social media for organizing. *Communication Yearbook*, ۳۷, ۱۸۹-۱۴۳
- Vaast, E., & Kaganer, E. (۲۰۲۳). Social media affordances for knowledge sharing. *Journal of Strategic Information Systems*, ۳۲(۱), ۶۳-۴۵
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (۲۰۲۰). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, ۲۱(۱), ۳۵-۱. <https://doi.org/10.17705/jais.00603>
- Wang, B., Liu, Y., & Qian, J. (۲۰۲۳). Organizational structure and technology use. *Journal of Business Research*, ۱۵۶, ۴۱۲-۴۰۱
- Wang, Y., Feng, H., & Li, D. (۲۰۲۳). Enterprise social media usage and work performance: The mediating role of social capital. *Information Technology & People*, ۳۶(۲), ۸۱۰-۷۸۹. <https://doi.org/10.1108/ITP-01-2022-003>
- Zadeh, A. H., Sharda, R., & Asadabadi, M. R. (۲۰۲۳). Cultural influences on technology adoption. *Information Technology & People*, ۳۶(۳), ۱۲۵-۱۰۲
- Zhang, M., Guo, L., Hu, M., & Liu, W. (۲۰۲۳). The impact of enterprise social media on employee creativity: The mediating role of psychological capital. *Computers in Human Behavior*, ۱۳۸, ۱۰۷۴۵۶. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107456>
- Zhang, X., Jiang, J., & Ma, L. (۲۰۲۳). The double-edged sword of enterprise social media: An affordance perspective. *Information & Management*, ۶۰(۲), ۱۰۳۷۵۶. <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103756>
- Zhang, X., Jiang, J., & Ma, L. (۲۰۲۴). Organizational support and post-adoption behaviors in digital transformation. *International Journal of Information Management*, ۷۴, ۱۰۲۷۱۹. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102719>
- Zhang, X., Ma, L., & Zhang, Y. (۲۰۲۴). Collectivism and technology behaviors. *International Journal of Information Management*, ۶۸, ۱۱۸-۱۰۲