



# تأثیر عوامل استرس‌زای کاری بر دلبستگی شغلی (با تأکید بر نقش تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی)

مصطفی حیدری هراتمه<sup>1</sup>

## چکیده

مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی مدرن به‌عنوان مداخلات مبتنی بر فناوری اطلاعات برای دلبستگی شغلی کارکنان از اهمیت فراوانی برخوردار است. بنابراین، مطالعه حاضر با هدف بررسی نقش تعدیل‌کننده مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی در رابطه عوامل استرس‌زا با دلبستگی شغلی در نظر گرفته شد. پژوهش براساس هدف از نوع کاربردی و از نظر روش از نوع توصیفی - پیمایشی و همبستگی است. اطلاعات مورد نیاز پژوهش با استفاده از دو شیوه کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری شده و برای بررسی فرضیه‌ها و پاسخ به پرسش‌های پژوهش، از ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است. این پرسش‌نامه شامل ۲۶ گویه است و براساس طیف هفت‌گزینه‌ای

1. دانشیار گروه اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق، نراق، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: heidarimu @ yahoo.com





لیکرت طراحی شده است. جامعه آماری، هلدینگ صدف دلچیان است که شامل مدیران و کارشناسان تمامی واحدهای زیرمجموعه این شرکت بوده و تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران 226 تعیین شده است. پس از توزیع پرسش نامه‌ها به شیوه تصادفی ساده و جمع‌آوری آنها، داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. ابتدا از آزمون‌های همبستگی برای بررسی رابطه بین متغیرها و سپس از آزمون رگرسیون برای بررسی تأثیر متغیرها بر یکدیگر استفاده شد. نتایج نشان داد که عوامل استرس‌زای چالشی با دلبستگی شغلی ارتباط مثبت دارند، درحالی‌که موانع استرس‌زای بازدارنده با دلبستگی شغلی ارتباط منفی دارند. همچنین، رابطه بین عوامل استرس‌زای چالشی و دلبستگی شغلی یک اثر U شکل را تحت تأثیر تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری نشان می‌دهد، اما یک اثر U شکل معکوس را تحت تأثیر تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری نشان می‌دهد و سرانجام، رابطه بین موانع استرس‌زای بازدارنده و دلبستگی شغلی نیز تحت تأثیر تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری، یک اثر U شکل را نشان می‌دهد. مدیران ممکن است قوانینی را برای محدود کردن استفاده غیرکاری رسانه‌های اجتماعی سازمانی به یک سطح منطقی طراحی کنند که هم کارکنان دارای استرس چالشی و هم کارکنان دارای استرس بازدارنده، سود ببرند. از طرفی، سطح ایده‌آل مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری برای کارکنان با استرس چالشی و بازدارنده متفاوت است. کارکنان تحت استرس بازدارنده ممکن است به سطح نسبتاً بالاتری از مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری نسبت به کارکنان تحت استرس چالشی برای رسیدن به سطح بهینه دلبستگی شغلی نیاز داشته باشند.

### کلیدواژه‌ها:

دلبستگی شغلی، رسانه اجتماعی، استرس‌زایی، موانع استرس‌زای بازدارنده



## 1. مقدمه و بیان مسئله

دلبستگی شغلی که مستلزم سطوح بالایی از انرژی ذهنی و فیزیکی، پشتکار، تمایل به تلاش زیاد برای وظایف شغلی و همچنین مشارکت در کار است، یک احساس اهمیت، غرور و اشتیاق است (سیرک، کانل، وال هینز و دی بلوم<sup>1</sup>، 2017: 2). و یک موضوع مهم در سازمان‌ها است، زیرا یک نشانه کلیدی از رفاه مثبت کارکنان و پیش‌بینی‌کننده عملکرد است (کانل و همکاران، 2017). با توجه به اهمیت دلبسته نگه داشتن کارکنان، مطالعات پیشین به طور تجربی، مقدمات دلبستگی شغلی را بررسی کرده‌اند. متداول‌ترین دیدگاه نظری مورد استفاده در این مطالعات، مدل تقاضا-منابع شغلی (JD-R) است. این مدل، شرایط کار را به منابع شغلی و تقاضاهای شغلی تقسیم می‌کند و نشان می‌دهد که منابع شغلی تأثیری مثبت بر دلبستگی شغلی کارکنان دارد (اسچافلی و باکر<sup>2</sup>، 2004). درحالی‌که تقاضاهای شغلی که به‌عنوان چالش ارزیابی می‌شوند (عوامل چالش‌زای استرس‌زا) با دلبستگی شغلی ارتباط مثبت دارند، تقاضاهای شغلی که به‌عنوان موانع ارزیابی می‌شوند (عوامل بازدارنده استرس‌زا)، با آن ارتباط منفی دارند (کرافورد<sup>3</sup> و همکاران، 2010).

یافته‌ها در مورد پیش‌بینی‌کننده‌های دلبستگی شغلی باعث می‌شود «محققان» این حوزه را به اندازه کافی توسعه یافته مدنظر قرار دهند تا توسعه و آزمون مداخلات دلبستگی شغلی را تضمین کنند» (کانل و همکاران، 2017: 792) و دلبستگی شغلی را در میان کارکنان افزایش دهند. به‌رغم این یافته‌ها، مداخلات برای دلبستگی شغلی کارمند به علت ظهور فناوری‌های اطلاعات اجتماعی در محیط کاری مدرن، به‌ویژه رسانه اجتماعی سازمانی (ESM)، مستلزم توجه بیشتر است. رسانه اجتماعی سازمانی، مجموعه‌ای از نرم‌افزارهای کاربردی مبتنی بر اینترنت است که کارمندان را قادر به خلق و ویرایش محتوا (ترم و لوناردی<sup>4</sup>، 2013)، ارسال پیام‌های کاری و غیرکاری

1. Syrek, Kühnel, Vahle-Hinz & De Bloom
2. Schaufeli & Bakker
3. Crawford
4. Treem & Leonardi



(اکسا<sup>1</sup> و همکاران، 2020)، تسهیل به اشتراک‌گذاری اطلاعات و دانش در میان کارکنان و ذی‌نفعان (سان<sup>2</sup> و همکاران، 2020)، فراهم کردن امکان لذت بردن از سرگرمی و تعامل اجتماعی شخصی در میان همکاران، دوستان و خانواده در طول ساعات کاری به کارمندان (علی حسن و همکاران، 2015) می‌کند.

مثال‌ها از رسانه اجتماعی سازمانی خاص سازمان شامل دینگ تاک، تور و یامر و رسانه اجتماعی خارجی مورد استفاده در کار شامل وی‌چت، میکرو بلاگز و فیس‌بوک می‌شود. با پشتیبانی فعالیت‌های کاری و غیرکاری، رسانه اجتماعی سازمانی به‌عنوان یک راه‌حل برای دلبستگی شغلی کارمند در نظر گرفته می‌شود (شرما و باتتگار<sup>3</sup>، 2016). با این حال، یک بررسی تجربی از این وضعیت صورت نگرفته است. برای رفع این شکاف پژوهشی، این مطالعه نقش‌های تعدیلگر استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی در تأثیر عوامل استرس‌زای چالشی و موانع استرس‌زای بازدارنده بر دلبستگی شغلی را بررسی می‌کند. همچنین به‌صورت ویژه، این پرسش را مطرح می‌کند که چگونه استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی، رابطه بین عوامل استرس‌زای کاری و دلبستگی شغلی کارمند را تعدیل می‌کند؟

اگرچه مطالعات زیادی در زمینه مدیریت استرس و خلاقیت به دلیل کارکرد آن در کسب منابع شغلی (یعنی کنترل شغلی و حمایت اجتماعی) انجام شده است، اما کامل و جامع نیست و برای تقاضاهای شغلی در نظر گرفته نمی‌شود. مطالعات پیشین، منابع شغلی توانمندشده با فناوری اطلاعات (دینگ<sup>4</sup> و همکاران، 2019؛ اکسا و همکاران، 2020؛ ترهون<sup>5</sup> و همکاران، 2016؛ وان‌زونن<sup>6</sup> و همکاران، 2017) و تقاضاهای شغلی توانمندشده با فناوری اطلاعات اجتماعی (وی و چن<sup>7</sup>، 2019؛ ترهون و همکاران، 2016؛ وان‌زونن و همکاران، 2017؛ یو<sup>8</sup> و همکاران، 2018) را شناسایی کرده‌اند

1. Oksa
2. Sun
3. Sharma & Bhatnagar
4. Ding
5. TerHoeven
6. van Zoonen
7. Wei & Chen
8. Yu





که در آن منابع شغلی به صورت مثبتی با دلبستگی شغلی و تقاضاهای شغلی به صورت مثبتی با فرسودگی شغلی در ارتباط هستند (اسچافلی، 2017). بنابراین یافته‌های مطالعات، نه تنها فرصت‌هایی را به همراه دارند، بلکه چالش‌هایی را برای مدیریت استرس و دلبستگی شغلی کارکنان نیز به همراه خواهد داشت. به علاوه، چون استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی مرتبط با کار و غیر مرتبط با کار، دو فرایند رفتاری به صورت پویا و پیچیده هستند (چن و وی، 2019؛ سیرک و همکاران، 2017)، فرض می‌شود این دو نوع رسانه اجتماعی سازمانی، نقش تعدیلگر درجه دو در تأثیر عوامل استرس‌زای کاری بر دلبستگی شغلی ایفا می‌کنند. تأثیرات تعدیلگر منحنی شکل نیز به توضیح پارادوکس منابع شغلی و تقاضاهای شغلی کمک می‌کند و دقت نظری بیشتری به این استدلال‌ها می‌بخشد.

در ادامه ادبیات مدل تقاضاهای شغلی و منابع شغلی، دلبستگی شغلی در بخش بعدی مرور می‌شود. پس از ایجاد مدل نظری براساس مبانی نظری، فرضیه‌ها تبیین می‌شوند. سپس، روش‌شناسی تحقیق توصیف شده و نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها ارائه می‌شود و در نهایت، مطالعه با بخش بحث و نتیجه‌گیری به پایان می‌رسد.

## 2. ادبیات موضوع و پیشینه

### 2.1. مبانی نظری

#### 2.1.1. مدل تقاضاهای شغلی - منابع شغلی

مدل «تقاضاهای شغلی - منابع شغلی» به صورت گسترده برای بررسی نحوه تأثیرگذاری ویژگی‌های شغلی بر رفاه کارکنان اتخاذ شده است (چو<sup>1</sup> و همکاران، 2020؛ لسندر<sup>2</sup> و همکاران، 2019؛ اسچافلی و باکر، 2004؛ وان‌زونن و همکاران، 2017). دِمروتی، باکر، ناچرینر و شائوفلی (2001) برای اولین بار این مدل را به منظور بررسی پیش‌بینی‌کننده‌های فرسودگی شغلی معرفی کردند

1. Cho

2. Lesener





و سپس شائوفلی و باکر (2004) برای دل‌بستگی شغلی به‌عنوان یک بُعد مثبت رفاه کارکنان، آن را گسترش دادند. این مدل شامل دو فرضیه مهم و معنی‌دار است:

**فرضیه اول** این است که تمامی شرایط کاری را می‌توان به دو دسته از تقاضاهای شغل و منابع شغلی تقسیم کرد (اسچافلی و باکر، 2004). تقاضاهای شغلی عبارتند از: جنبه‌های فیزیکی، اجتماعی یا سازمانی شغل که مستلزم تلاش روانی و جسمانی پایدارند و بنابراین، با هزینه روانی و جسمانی در ارتباط هستند (دمرتی و همکاران، 2001: 501). مانند بار کاری بیش‌ازحد و تقاضاهای احساسی و جسمانی (دمرتی و باکر، 2007) منابع شغلی عبارتند از: جنبه‌های فیزیکی، روانی، اجتماعی یا سازمانی شغل که ممکن است هریک از موارد: الف) در دستیابی به اهداف کاری، کارکردی باشد؛ ب) تقاضاهای شغلی با هزینه‌های روانی و جسمانی مربوط؛ ج) تحریک رشد و پیشرفت شخصی (دمرتی و همکاران، 2001: 501)، مانند بازخورد عملکرد، حمایت اجتماعی و استقلال شغلی را انجام دهد (دمرتی و باکر، 2007).

**فرضیه دوم** این است که تقاضاهای شغلی و منابع شغلی، محرک‌های دو فرایند مستقل هستند: فرایند اختلال در سلامتی و فرایند انگیزشی (باکر و همکاران، 2014؛ لسنر و همکاران، 2019). فرایند اختلال در سلامتی نشان می‌دهد که تقاضاهای شغلی، پیش‌بینی‌کننده‌های فرسودگی شغلی هستند، درحالی‌که فرایند انگیزشی نشان می‌دهد منابع شغلی، دل‌بستگی شغلی کارکنان را پیش‌بینی می‌کند و فرسودگی شغلی‌شان را کاهش می‌دهد (اسچافلی، 2019؛ لسنر و همکاران، 2019).

## 2-1-2. دل‌بستگی شغلی

در این مطالعه، بر دل‌بستگی شغلی کارکنان به‌عنوان یک جنبه مثبت سلامت در روان‌شناسی سلامت حرفه‌ای تمرکز می‌شود که کاهن (1990) برای اولین بار مطرح کرد و به‌طور گسترده‌ای به‌صورت «یک حالت ذهنی مثبت و رضایت کاری است که با قدرت، فداکاری و جذب مشخص می‌شود» (اسچافلی و همکاران، 2002: 74). اگرچه مدل «تقاضاهای شغلی و منابع شغلی» به‌وضوح تأثیر مثبت منابع شغلی بر دل‌بستگی شغلی را نشان می‌دهد، اما نتایج برای رابطه بین تقاضاهای شغلی و دل‌بستگی شغلی متناقض هستند (باکر و همکاران، 2006؛ کرافورد و همکاران، 2010).





براساس مدل دو بُعدی عوامل استرس‌زای شغلی که کاواناگ و همکاران (2000) مطرح کردند، کرافورد و همکاران (2010) تعریف تقاضاهای شغلی را با تمایز قائل شدن بین عوامل استرس‌زای چالشی و موانع استرس‌زای بازدارنده گسترش دادند و مشخص کردند که عوامل استرس‌زای چالشی تأثیرات مثبتی دارند، در حالی که موانع استرس‌زای بازدارنده تأثیرات منفی بر دلبستگی شغلی کارکنان دارند. وقتی تلاش فراوانی برای برآورده کردن تقاضاهای شغلی لازم است، آنها به عوامل استرس‌زای کاری تبدیل خواهند شد (اسچافلی و باکر، 2004) عوامل استرس‌زای چالشی، تقاضاهای شغلی هستند که قابل مدیریت می‌باشند و رشد و دستیابی به هدف کارکنان را تسهیل می‌کنند؛ مانند بار کاری بیش‌ازحد و فشار زمانی.

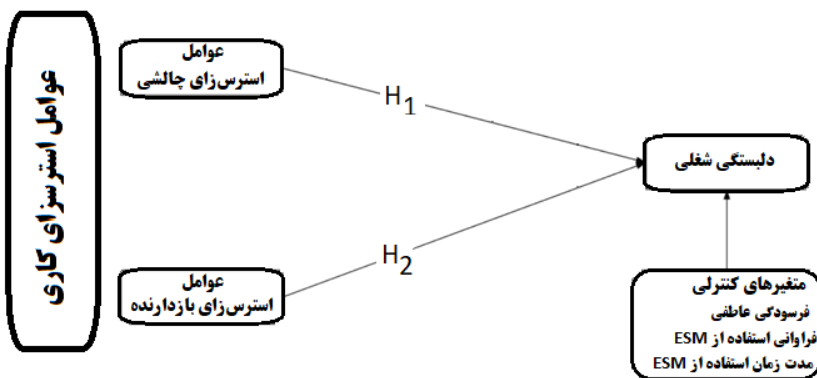
بنابراین، در مواجهه با عوامل استرس‌زای چالشی، کارکنان ممکن است احساس اعتمادبه‌نفس بیشتری کنند که با تلاش‌های فعالانه‌شان برای حل مسئله، به‌صورت موفقیت‌آمیزی از عهده این تقاضاها برمی‌آیند و برای رشد و موفقیت شخصی فرصت دارند (دینگ و همکاران، 2019). این درک، آنها را به اتخاذ رفتارهای مقابله‌ای متمرکز نسبت به مشکل برمی‌انگیزاند (لپین و همکاران، 2005)؛ مانند سرمایه‌گذاری زمان و انرژی بیشتر برای برآورده کردن این تقاضاهای شغلی. چنین سرمایه‌گذاری‌هایی معمولاً در دلبستگی شغلی بیشتر منعکس می‌شوند (کرافورد و همکاران، 2010).

فرض می‌شود که یک رابطه پایه مبنی بر اینکه عوامل استرس‌زای چالشی تأثیر مثبتی بر دلبستگی شغلی کارکنان دارند، در نظر گرفته شود. بالعکس، موانع استرس‌زای بازدارنده به تقاضاهای شغلی اطلاق می‌شود که قابل مدیریت نیستند و در عملکرد کارکنان یا اهداف شخصی مداخله می‌کنند یا بازدارنده آنها می‌شوند؛ مانند ابهام نقش و سیاست‌های سازمانی (کاوانوگ و همکاران، 2000). در مواجهه با موانع استرس‌زای بازدارنده، کارکنان تمایل دارند تا باور کنند تلاش‌هایشان برای غلبه بر تقاضاهای شغلی بیهوده خواهد بود و آنها احتمالاً در صورتی از دستیابی به خروجی‌های معنی‌دار باز می‌مانند که منابع‌شان در مدیریت تقاضاها طاقت‌فرسا و خسته‌کننده باشند (کرافورد و همکاران، 2010؛ دینگ و همکاران، 2019). درک این مهم، باعث خواهد شد آنها تمایل کمتری به صرف وقت و انرژی برای مدیریت این عوامل استرس‌زا داشته باشند (لین و همکاران، 2015) و چنین رفتار



مقابله‌گر منفعلانه و مجزا به صورت دلبستگی شغلی کم منعکس می‌شود (کرافورد و همکاران، 2010).

به این ترتیب، رابطه پایه دیگری فرض می‌شود مبنی بر اینکه موانع استرس‌زای بازدارنده، آثاری منفی بر دلبستگی شغلی کارکنان دارند. با شناخت اهمیت دلبستگی شغلی کارکنان در روان‌شناسی سلامت حرفه‌ای، ادبیات گسترده موجود در مورد مداخلات مختلف برای بهبود دلبستگی شغلی بحث کرده است. برای مثال، مایرز و وان ورکوم (2017) نقاط قوت را به‌عنوان یک مداخله مطرح کردند که هدفش شناسایی، توسعه و استفاده از نقاط قوت کارکنان است. کوفنگ و همکارانش (2014)، مداخلاتی را بررسی کردند که محیط‌های فیزیکی و اجتماعی، مانند ایجاد حوزه‌های «نشاط در عمل» در محل کار، شامل فعالیت‌های فیزیکی و رفتارهای آرامش‌بخش می‌شود. با مرور سیستماتیک این مطالعات، کینایت و همکاران (2017)، چهار نوع مداخلات دلبستگی شغلی شامل ایجاد منابع شخصی، ایجاد منابع شغلی، آموزش رهبری و ترویج سلامتی را تعیین می‌کنند. باین‌حال، در محیط‌های کاری مدرن ناشی از به‌کارگیری گسترده فناوری اطلاعات در مشارکت کارکنان تغییرات زیادی ایجاد کرد (شرما و باتنگار، 2016) که تاکنون به آن پرداخته نشده است. برای از بین بردن این شکاف پژوهشی، در این مطالعه بررسی می‌شود که رابطه بین عوامل استرس‌زای کاری و دلبستگی شغلی چگونه خواهد بود.



شکل شماره 1: مدل مفهومی محقق ساخته

### 3-1-2. مدل تحقیق و تبیین فرضیه‌ها

برای کشف اینکه تأثیر عوامل استرس‌زای کاری بر دلبستگی شغلی چگونه خواهد بود، یک مدل تحقیق ایجاد می‌شود (شکل شماره ۱) که در آن، اثرات عوامل استرس‌زای کاری بر دلبستگی شغلی به‌منظور تبیین و توسعه فرضیه استفاده می‌شود.

### 4-1-2. اثر تعدیل‌کننده مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری

با توجه به مدل JD - R، حتی اگر کار بسیار دشوار باشد، کارکنان تا زمانی که منابع کافی در اختیار آنها قرار گیرد (برای مثال، استقلال شغلی، حمایت اجتماعی و بازخورد عملکرد) بسیار درگیر خواهند بود. در غیر این صورت، انگیزه آنها پایین خواهد بود (دمرتی و باکر، 2007). از این رو، فرضیه‌ها به قرار زیر تبیین و تصریح می‌شوند:

H<sub>1</sub>: عوامل استرس‌زای چالشی بر دلبستگی شغلی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارند:

- H<sub>1a</sub>: رابطه مثبت بین عوامل استرس‌زای چالشی و دلبستگی شغلی تحت تأثیر تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری است.

- H<sub>1b</sub>: رابطه مثبت بین عوامل استرس‌زای چالشی و دلبستگی شغلی تحت تأثیر تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری است.

H<sub>2</sub>: موانع استرس‌زای بازدارنده بر دلبستگی شغلی کارکنان تأثیر منفی و معناداری دارند:

- H<sub>2a</sub>: رابطه منفی بین موانع استرس‌زای بازدارنده و دلبستگی شغلی تحت تأثیر تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری است.

- H<sub>2b</sub>: رابطه منفی بین موانع استرس‌زای بازدارنده و دلبستگی شغلی تحت تأثیر تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری است.

با پیروی از فریرا و همکاران (۲۰۱۹)، فرسودگی عاطفی به‌عنوان یک متغیر کنترلی در نظر گرفته می‌شود. همچنین، فراوانی/ فرکانس استفاده رسانه‌های اجتماعی سازمانی و مدت زمان استفاده از آن به‌عنوان متغیرهای کنترلی در نظر گرفته می‌شوند، زیرا این دو عامل می‌توانند



دلبستگی شغلی را با ایجاد خستگی رسانه‌های اجتماعی سازمانی تحت تأثیر قرار دهند (ایکسا و مو<sup>1</sup>، 2019).

## 2-2. پیشینه پژوهش

مطالعاتی در مورد مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی انجام شده است که به شرح جدول زیر است.

جدول شماره ۱. مطالعات نمونه در مورد مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی

مهم‌ترین یافته‌ها	اهداف یا سؤال‌های اصلی	نویسنده(گان)
- مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای کار با دلبستگی شغلی، ارتباط مثبتی دارد و به‌طور منفی با خستگی از طریق دسترسی بهتر و ارتباطات کارآمد مرتبط است.	- مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای کار	وان زونین و همکاران، (2017)، روش کمی (همبستگی - علی)
- استفاده از شبکه‌های اجتماعی سازمانی وظیفه‌محور به‌طور مثبت تأثیر عوامل استرس‌زای چالش‌برانگیز و موانع استرس‌زای بازدارنده را بر خلاقیت کارکنان تعدیل می‌کند. - استفاده از شبکه اجتماعی سازمانی رابطه‌گرا فقط رابطه بین موانع استرس‌زای بازدارنده و خلاقیت کارکنان را تعدیل منفی می‌کند.	- استفاده از شبکه اجتماعی سازمانی وظیفه‌گرا - استفاده از شبکه‌های اجتماعی سازمانی رابطه‌گرا	دینگ و همکاران، (2017)، روش کمی (همبستگی - علی)
- ارتباطات حرفه‌ای در رسانه‌های اجتماعی مرتبط با کار، تأثیر مثبت مستقیمی بر دلبستگی شغلی دارد.	- ارتباطات حرفه‌ای مرتبط با کار در رسانه‌های اجتماعی - ارتباطات حرفه‌ای	ساولا و همکاران، (2020)، روش کمی (همبستگی -)





نویسنده(گان)	اهداف یا سؤال‌های اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
علی)	رسانه‌های اجتماعی غیر مرتبط با کار	- ارتباطات حرفه‌ای رسانه‌های اجتماعی غیر مرتبط با کار، از طریق شناسایی سازمانی و حمایت اجتماعی، اثرات غیرمستقیم مثبتی بر دل‌بستگی شغلی دارند.
تر هوون، (2016)، روش کمی (همبستگی - علی)	- استفاده از فناوری ارتباطات مرتبط با کار	- استفاده از فناوری ارتباطات مرتبط با کار، ارتباط مثبتی با دل‌بستگی شغلی دارد و از طریق افزایش دسترسی و ارتباطات کارآمد با فرسودگی شغلی مرتبط است.
یو و همکاران، (2018)، روش کمی (همبستگی - علی)	- استفاده بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار	- استفاده بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی در محل کار منجر به بارگذاری بیش از حد رسانه‌های اجتماعی می‌شود (برای مثال، اضافه بار اطلاعات، بار بیش از حد ارتباطات و اضافه بار اجتماعی). - اضافه بار اطلاعات و ارتباطات بیش از حد، عملکرد شغلی کارکنان را با القای فرسودگی رسانه‌های اجتماعی کاهش می‌دهد.
چن و وی، (2019)، روش کمی (همبستگی - علی)	- مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی مرتبط با کار - مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی مرتبط با اجتماعی	- مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی مرتبط با کار، اثرات U شکل معکوس بر اضافه بار اطلاعات و اضافه بار اجتماعی دارد. - مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی مرتبط با اجتماعی تأثیرات U شکل بر اضافه بار اطلاعات و اضافه بار اجتماعی دارد. - اضافه بار اجتماعی تأثیر مثبتی بر فشارهای مرتبط با رسانه‌های اجتماعی شرکت دارد.





نویسنده(گان)	اهداف یا سؤال‌های اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
تر هوون، (2016)، روش کمی (همبستگی - علی)	- استفاده از فناوری ارتباطات مرتبط با کار	- استفاده از فناوری ارتباطات مرتبط با کار به‌طور منفی با دل‌بستگی شغلی از طریق وقفه همراه است و به‌طور مثبت با فرسودگی شغلی از طریق غیرقابل پیش‌بینی بودن و وقفه مرتبط است.

### 3. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر براساس هدف از نوع کاربردی و از نظر روش از نوع توصیفی - پیمایشی و همبستگی است. اطلاعات مورد نیاز پژوهش با استفاده از دو شیوه کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری شده و برای بررسی فرضیه‌ها و پاسخ به پرسش‌های پژوهش از ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است. این پرسش‌نامه شامل ۲۶ گویه است و براساس طیف هفت‌گزینه‌ای لیکرت طراحی شده است. جامعه آماری، هلدینگ صدف دل‌یجان است که شامل مدیران و کارشناسان تمامی واحدهای زیرمجموعه این شرکت بوده و تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران 226 تعیین شده است. پس از توزیع پرسش‌نامه‌ها به شیوه تصادفی ساده و جمع‌آوری آنها، داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. ابتدا از آزمون‌های همبستگی برای بررسی رابطه بین متغیرها و سپس، از آزمون رگرسیون برای بررسی تأثیر متغیرها بر یکدیگر استفاده شد. تمام معیارها برای سازه‌های مدل تحقیق از ادبیات پیشین اقتباس شده است. برای عوامل استرس‌زای چالشی و بازدارنده، گویه‌ها از مطالعه کاواناگ و همکاران (۲۰۰۰) با تغییرات جزئی اقتباس شده‌اند. دل‌بستگی شغلی در سه بُعد فرعی قدرت، فداکاری و جذب براساس مطالعه شائوفلی و همکاران (۲۰۰۶) اندازه‌گیری شدند. فرسودگی عاطفی با استفاده از گویه‌های مطالعه وارتون (۱۹۹۳) برای ثبت حالت فرسودگی / خستگی کارکنان در محل کار اندازه‌گیری شد. تمامی گویه‌ها روی یک مقیاس لیکرت هفت‌گزینه‌ای اندازه‌گیری شدند که از ۱ = «کاملاً مخالف» تا ۷ = «کاملاً موافق» تعیین شده بود. برای جمع‌آوری داده‌های تحقیق، پرسش‌نامه‌ها به‌صورت آنلاین برای اعضای گروه صنعتی صدف دل‌یجان ارسال شد. یک کد پاسخ سریع (QR) و ابرلینکی که با استفاده از رایانه‌ها و تلفن‌های همراه قابل دسترسی بود، برای





پاسخ‌دهندگان بالقوه فراهم شد. به هر آی‌پی آدرس تنها اجازه داده شد که یک پرسش‌نامه را تکمیل کند تا از پر کردن مکرر همان پاسخ‌دهندگان در پرسش‌نامه‌ها جلوگیری شود. برای هر پاسخ‌دهنده پس از تکمیل نظرسنجی، پیام تشکر بابت همکاری ارسال شد. چند استراتژی برای بهبود نرخ پاسخ و کیفیت جمع‌آوری داده‌ها اتخاذ شد. نخست، مفاهیم متغیرها توضیح داده شد و مثال‌هایی ارائه شد. دوم، به پاسخ‌دهندگان تضمین داده شد که پاسخ‌های آنها محرمانه نگه داشته خواهد شد و تنها برای اهداف تحقیق مورد استفاده قرار خواهد گرفت. سوم، از ناشناس بودن پاسخ‌دهندگان اطمینان حاصل شد تا آنها تشویق شوند که صادقانه پاسخ دهند (پودساکوف و مکنزی<sup>1</sup>، 2012). پرسش‌نامه نظرسنجی شامل دو بخش بود: بخش اول شامل اطلاعات جمعیت‌شناختی برای هر پاسخگو بود: از جمله جنسیت، سن، سطح تحصیلات، دفعات استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی و مدت زمان استفاده از آن که کمک می‌کند روایی و پایایی بالقوه نمونه آزمون شود. بخش دوم، شامل گویه‌هایی برای اندازه‌گیری ساختارهای تحقیق بود. ۲۴۰ پاسخ دریافت شد. پس از حذف پاسخ‌های نامعتبر مانند پاسخ‌های مشابه به همه پرسش‌ها، ۲۲۶ پاسخ معتبر برای تحلیل نهایی و تعیین شدند. ۶۲/۳ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و ۳۷/۷ درصد زن بودند. اکثر پاسخ‌دهندگان بین ۲۲ تا ۳۵ سال سن داشتند (۷۴/۸ درصد) و اکثریت آنها دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر بودند (۷۸/۶ درصد). از بین تمام پاسخ‌دهندگان، ۶۶/۲ درصد دارای فراوانی استفاده بالا از رسانه‌های اجتماعی سازمانی را بودند و ۷۸/۸ درصد برای بیش از دو ساعت در طول زمان کار از رسانه‌های اجتماعی سازمانی استفاده می‌کردند. سایر اطلاعات در مورد متغیرها در جدول زیر تلخیص شده‌اند.

جدول شماره ۲: آمار توصیفی متغیرها و گویه‌ها

متغیرها	میانگین	SD	گویه	AVE	کرونباخ	قابلیت اطمینان ترکیبی
عوامل استرس‌زای چالشی	5/467	0/896	6	0/654	0/912	0/898





متغیرها	میانگین	SD	گویه	AVE	کرونباخ	قابلیت اطمینان ترکیبی
موانع استرس زای بازدارنده	4/672	1/238	5	0/637	0/872	0/892
دلبستگی شغلی	5/432	0/894	9	0/648	0/923	0/949
فرسودگی عاطفی	4/037	1/189	6	0/763	0/952	0/948
ESM فراوانی استفاده از	4/549	1/304	---	---	---	---
ESM مدت زمان استفاده از	3/892	1/261	---	---	---	---

(منبع: محاسبات محقق)

جدول شماره ۳: ضرایب همبستگی

	1	2	3	4	5	6
عوامل استرس زای چالشی	0/745					
موانع استرس زای بازدارنده	0/345	0/732				
دلبستگی شغلی	0/312	-0/165	0/723			
فرسودگی عاطفی	0/302	0/756	-0/401	-0/094	0/412	0/856
ESM فراوانی استفاده از	0/311	0/085	0/154	0/385	0/097	0/089
ESM مدت زمان استفاده از	0/176	0/149	0/098	0/145	0/117	0/112

(منبع: محاسبات محقق)



#### 4. یافته‌های پژوهش

برای بررسی تناسب مدل، ابتدا تحلیل عاملی تأییدی (CFA) در نرم‌افزار Mplus اجرا شد. نتایج نشان داد که مدل شش عاملی به‌خوبی با داده‌ها تناسب دارد. به‌طور خاص، مربع کای/درجه آزادی ( $\chi^2/df$ ) 4/841، شاخص تناسب مدل (CFI) برابر 0/904، ریشه میانگین مربعات خطای استاندارد (SRMR) 0/065 و ریشه میانگین مربعات خطا تخمین (RMSEA) برابر 0/059 است. برای بررسی بیشتر قابلیت اطمینان و اعتبار معیارهای ارزیابی مدل، توصیه‌های فورنل و لارکر (۱۹۸۱) منظور شد. همان‌طور که در جدول شماره (۲) نشان داده شده است، آلفای کرونباخ و قابلیت اطمینان ترکیبی همه ساختارها بزرگ‌تر از 0/7 است که نشان می‌دهد مدل اندازه‌گیری قابلیت اطمینان قابل قبولی دارد. بار عاملی تمام آیتم‌ها بزرگ‌تر از 0/5 است و به‌طور قابل توجهی روی عوامل متناظر آنها بارگذاری می‌شود و میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) از هر سازه از آستانه 0/5 فراتر می‌رود که نشان‌دهنده روایی همگرایی قابل قبول است. علاوه بر این، مربع ریشه AVE هر متغیر بزرگ‌تر از همبستگی بین متغیر و متغیرهای دیگر است (جدول شماره ۴) که از روایی افتراقی قابل قبول حمایت می‌کند. همچنین، ظرفیت سوگیری روش مشترک (CMB, common method bias) با استفاده از آزمون تک عاملی هارمون (Harmon's single factor test) اجرا شد و نتیجه نشان داد که شش عامل وجود دارد که 65/9 درصد واریانس را توجیه می‌کنند که عامل اول، 24/4 درصد از واریانس کل را تشکیل می‌دهد و نشان می‌دهد که مدل تحقیق احتمالاً نگرانی‌های جدی با سوگیری روش مشترک ندارد (Podsakoff et al, 2003). علاوه بر این، جدول شماره (۴) نشان می‌دهد که تمام همبستگی‌ها بین متغیرها، کمتر از 0/9 است (Bagozzi et al, 1991). بنابراین، سوگیری روش مشترک تهدید قابل توجهی برای مطالعه ایجاد نمی‌کند.

برای آزمون فرضیه‌ها، اثرات اصلی خطی و اثرات تعدیلی غیرخطی با استفاده از نرم‌افزار Mplus و تکنیک رگرسیون حداقل مربعات معمولی سلسله‌مراتبی با توجه به روشی که جاکارد (۲۰۰۳) توصیه کرده بود، تجزیه و تحلیل شد. برای انجام این روش، میانگین آیتم‌ها برای هر سازه و میانگین تمام ابعاد سازه برای ساختار چندبُعدی دلبستگی شغلی محاسبه شد. متغیرهای تعاملی (یعنی عوامل استرس‌زای چالشی و موانع استرس‌زای بازدارنده) میانگین محور بودند. عبارات مربع تعاملی



تعدیلگر، وجود تعدیل‌های غیرخطی را بیان می‌کند که نشان می‌دهد رابطه بین عوامل استرس‌زای کار و دلبستگی شغلی به‌عنوان یک تابع درجه دوم تغییر می‌کند.

جدول شماره ۴: نتایج رگرسیون چهار مدل آشیانه‌ای (سلسله‌مراتبی)

مدل 4	مدل 3	مدل 2	مدل 1	سازه‌ها
6/723	5/548	7/932	6/345	عرض از مبدأ (جمله ثابت)
متغیرهای کنترلی				
-0/۳۴۷	-0/364	-0/325	-0/253	فروشدگی عاطفی
-0/0۸۸	-0/083	-0/096	0/109	فراوانی استفاده از ESM
-0/00۷	0/009	0/021	0/009	مدت زمان استفاده از ESM
متغیرهای پیش‌بینی				
0/1۸۴	0/201	0/265		عوامل استرس‌زای چالشی
-0/۸۵۱	-0/098	-0/074		موانع استرس‌زای بازدارنده
0/163	0/192	0/173		عوامل استرس‌زای چالشی x فراوانی استفاده از ESM کاری
0/148	0/183	0/191		موانع استرس‌زای بازدارنده x فراوانی استفاده از ESM کاری
0/064	-0/036	-0/132		عوامل استرس‌زای چالشی x مدت زمان استفاده از ESM غیرکاری
0/081	0/067	0/118		موانع استرس‌زای بازدارنده x مدت زمان استفاده از ESM غیرکاری
0/۰۹۶	-0/164			مجذور(عوامل استرس‌زای چالشی x فراوانی استفاده از ESM کاری)
-0/0۶2	0/068			مجذور(موانع استرس‌زای بازدارنده x فراوانی استفاده از ESM کاری)
-0/0۷۳	-0/094			مجذور(عوامل استرس‌زای چالشی x مدت زمان استفاده از ESM غیرکاری)
0/۰۸۵	0/153			مجذور(موانع استرس‌زای بازدارنده x مدت زمان استفاده از ESM غیرکاری)

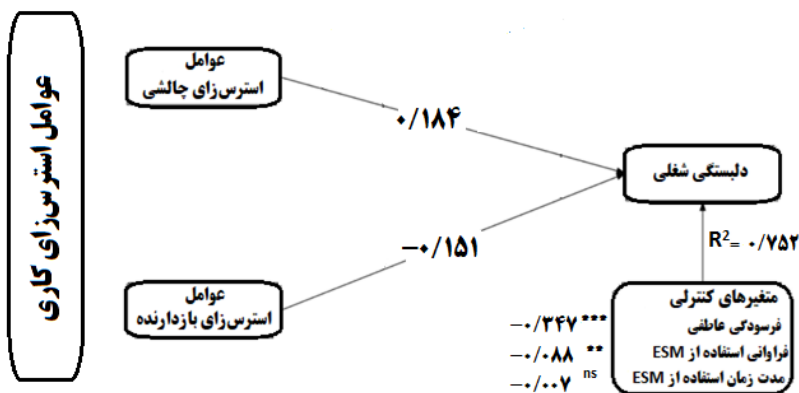


مدل 4	مدل 3	مدل 2	مدل 1	سازه‌ها
0/۷۵۲	0/591	0/512	0/167	R <sup>2</sup>

(منبع: محاسبات محقق) \* P < 0.05 : \*\* P < 0.01 : \*\*\* P < 0.001

جدول شماره (۴) و شکل شماره (۲) نتایج رگرسیون را برای چهار مدل آشیانه‌ای (سلسله‌مراتبی) خلاصه می‌کنند. متغیرهای کنترلی در مدل ۱ و همچنین، اثرات مستقیم عوامل استرس‌زای چالشی و موانع استرس‌زای بازدارنده، به مدل ۲ اضافه شد. عبارات تعامل خطی در مدل ۳ گنجانده شدند و مجذور عبارات تعامل در مدل ۴ وارد شدند. برای متغیرهای کنترلی، نتایج نشان می‌دهد که فرسودگی عاطفی کارکنان با ضریب  $-0/3۴۷$  و سطح احتمال کوچک‌تر از  $0/001$  و فراوانی مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی با ضریب  $-0/0۸۸$  و سطح احتمال کوچک‌تر از  $0/001$  به‌طور قابل توجه و معناداری، توسط دلبستگی شغلی، تحت تأثیر قرار می‌گیرند. درحالی‌که مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کارکنان با ضریب  $0/00۷$  و سطح احتمال بزرگ‌تر از  $0/05$  معنادار نیست. قدرت پیش‌بینی مدل با ارزیابی مربع مقادیر همبستگی چندگانه ( $R^2$ ) ارزیابی شد و همان‌طور که در جدول شماره (۴) و شکل شماره (۲) نشان داده شده است، مقدار  $R^2$  تعهد کاری برابر  $0/۷۵۲$  است.

تأثیر عوامل استرس‌زای کاری بر دلبستگی شغلی



شکل شماره 2: نتایج تخمین مدل نهایی

\*\*\*P < 0.001, \*\*P < 0.05, ns در سطح 0/05 غیر معنادار

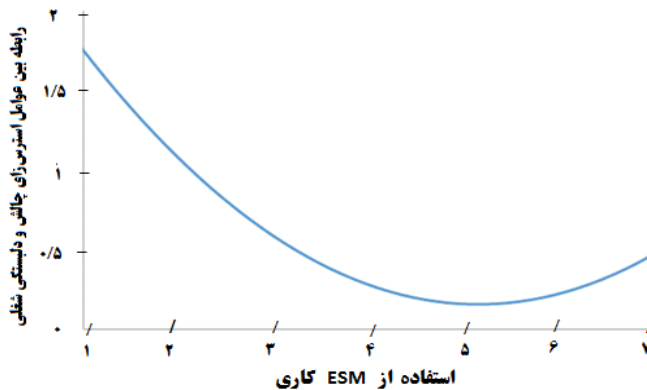


برای اثرات اصلی خطی در مدل 4، عوامل استرس‌زای چالشی به‌طور مثبت با دلبستگی شغلی با ضریب  $0/184$  و سطح احتمال کوچک‌تر از  $0/001$  مرتبط هستند. درحالی‌که موانع استرس‌زای بازدارنده به‌طور منفی با دلبستگی شغلی با ضریب  $-0/151$  و سطح احتمال کوچک‌تر از  $0/001$  مرتبط هستند. برای اثرات تعدیل‌کننده غیرخطی، مجذور عبارت تعاملی عوامل استرس‌زای چالشی و مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری با ضریب  $0/096$  و سطح احتمال کوچک‌تر از  $0/001$  تأثیر مثبت و معناداری بر دلبستگی شغلی دارد، اما اثر مجذور عبارت تعاملی موانع استرس‌زای بازدارنده و مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری با ضریب  $-0/062$  و سطح احتمال بزرگ‌تر از  $0/05$  بر دلبستگی شغلی، غیرمعنادار است. علاوه بر این، تأثیر مجذور عبارت تعاملی عوامل استرس‌زای چالشی و مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری با ضریب  $-0/073$  و سطح احتمال کوچک‌تر از  $0/001$  بر دلبستگی شغلی منفی و معنادار است و تأثیر مجذور عبارت تعاملی موانع استرس‌زای بازدارنده و مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری با ضریب  $0/085$  و سطح احتمال کوچک‌تر از  $0/001$  بر دلبستگی شغلی مثبت و معنادار است.

#### 1-4. ماهیت اثرات تعدیل‌کننده از نگاه هندسی

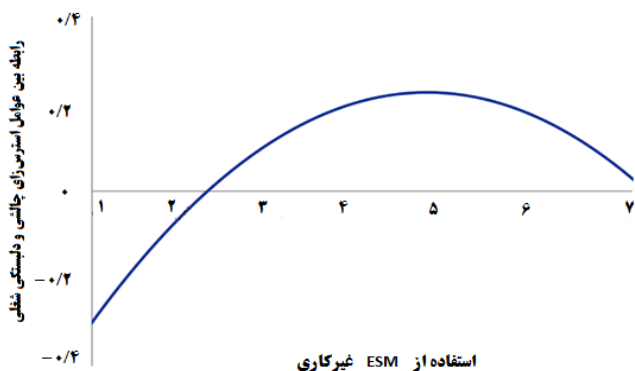
ماهیت اثرات تعدیل‌کننده در نمودارهای شماره (1) تا (3) نشان داده شده است. در این نمودارها، محورهای عمودی نشان‌دهنده مقادیر ضرایب رگرسیون عوامل استرس‌زای کار بر دلبستگی شغلی است و محورهای افقی مقادیر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی را بین حداقل و حداکثر مقدار نشان می‌دهند (یعنی بین ۱ و ۷).





نمودار شماره 1: رابطه بین عوامل استرس‌زای چالشی و دل‌بستگی شغلی به‌عنوان تابعی از مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری

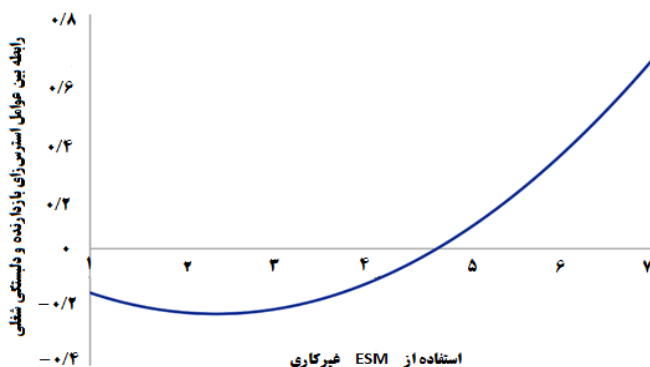
نمودار شماره (1)، یک رابطه U شکل بین عوامل استرس‌زای چالشی و دل‌بستگی شغلی متغیر در سطوح مختلف مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری را نشان می‌دهد. هنگامی که مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری کارکنان در سطوح میانی است، ضریب مثبت عوامل استرس‌زای چالشی در دل‌بستگی شغلی پایین و معنادار است. پایین‌ترین حالت، در سطوح پایین و بالای مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری، ضرایب مثبت نسبتاً بالا و معنادار هستند.



نمودار شماره 2: رابطه بین عوامل استرس‌زای چالشی و دل‌بستگی شغلی به‌عنوان تابعی از مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری



نمودار شماره (2)، یک رابطه U شکل معکوس را بین عوامل استرس‌زای چالشی و دلبستگی شغلی تحت تعدیلگری مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری نشان می‌دهد. هنگامی که مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری کارکنان در سطوح پایین یا بالا است، ضریب عوامل استرس‌زای چالشی در دلبستگی شغلی پایین است. به‌طور خاص، ضریب عوامل استرس‌زای چالشی در دلبستگی شغلی در سطوح بسیار پایین مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری، مثبت و غیرمعنادار است، اما در سطوح بسیار بالای مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری، منفی و معنادار است. باین‌حال، در سطوح میانی مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری، این رابطه به‌شدت مثبت و معنادار است.



نمودار شماره 3: رابطه بین موانع استرس‌زای بازدارنده و دلبستگی شغلی به‌عنوان تابعی از مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری

نمودار شماره (3)، یک رابطه U شکل را بین موانع استرس‌زای بازدارنده و دلبستگی شغلی متغیر در سطوح مختلف مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری نشان می‌دهد. هنگامی که کارکنان از رسانه‌های اجتماعی سازمانی برای هدف غیرکاری در سطوح میانی استفاده می‌کنند، ضریب موانع استرس‌زای بازدارنده در دلبستگی شغلی به‌شدت منفی و معنادار است. باین‌حال، ضریب در سطوح پایین مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری کمی منفی و غیرمعنادار است و در سطوح بالای مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری بسیار مثبت و معنادار است.

## 5. بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

### 1-1. بحث

براساس ادبیات مدل JD - R، یک مدل نظری برای بررسی نقش تعدیل‌کننده مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری و غیرکاری در رابطه بین عوامل استرس‌زای کار و دلبستگی شغلی توسعه داده شد. مطالعه حاضر سه نقش در شکل‌گیری مفاهیم نظری دارد: اول، کمک به مدل JD - R است که با گسترش این نظریه، زمینه‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی در محل کار، توسعه و بهبود می‌یابد که چندان در مطالعات پیشین به آن توجه نشده است. مطالعات قبلی که مدل JD - R را در زمینه اجتماعی IT مورد بررسی قرار داده‌اند، با هدف شناسایی منابع شغلی فعال‌شده با فناوری خاص و تقاضاهای شغلی، صورت گرفته است (ترهون و همکاران، 2016؛ وان‌زونن، 2017). با این حال، مطالعه حاضر درک عمیق‌تری از مدل JD - R با بررسی تحول منابع شغلی فعال‌شده با رسانه‌های اجتماعی سازمانی و تقاضاهای شغلی فعال‌شده با رسانه‌های اجتماعی سازمانی براساس مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی ارائه می‌دهد.

دوم اینکه مطالعه حاضر به ادبیات مداخلات دلبستگی شغلی کمک می‌کند. اگرچه مطالعات قبلی مداخلات زیادی را برای ایجاد دلبستگی شغلی بررسی کرده‌اند، اما آنها مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی را مورد بررسی قرار نداده‌اند. با دنبال کردن شواهد اولیه رسانه‌های اجتماعی سازمانی به‌عنوان یک راه‌حل برای دلبستگی شغلی کارکنان ارائه‌شده توسط شارما و بهاتاگار (۲۰۱۶)، مطالعه حاضر کاربرد کاری و غیرکاری رسانه‌های اجتماعی سازمانی را به‌عنوان مداخلات مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی سازمانی تئوریزه کرده و نقش تعدیل‌کننده آنها را در رابطه بین عوامل استرس‌زای کار و دلبستگی شغلی بررسی کرده است.

سوم اینکه مطالعه حاضر به مطالعات و تحقیقات در مورد مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کمک می‌کند. تحقیقات قبلی روی تأثیر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر عملکرد کارکنان در یک دوره طولانی از زمان تمرکز کرده‌اند (دینگ و همکاران، 2019؛ لوگو و لوچن، 2016؛ سان و همکاران، 2020؛ یو، 2018) اخیراً، محققان به تأثیرات رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر رفاه کارکنان، مانند تعامل و خستگی کاری، توجه کرده‌اند (اکسا و



همکاران، 2020؛ ترهون و همکاران، 2016؛ ونزون و بنگه‌هات، 2018). مطالعه حاضر چنین جریان تحقیقاتی را با نظریه‌پردازی منابع شغلی و تقاضاهای شغلی به‌دست‌آمده مبتنی بر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غنی می‌کند و شواهد تجربی از نقش تعدیلگری درجه دوم برای مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی در رابطه بین عوامل استرس‌زای کار و دلبستگی شغلی ارائه می‌دهد. این یافته‌ها فراتر از تأثیر خطی مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر رفاه کارکنان خواهد بود. علاوه بر یافته‌های مذکور، مطالعه حاضر پیشرفت قابل توجهی را در ادبیات مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی با ارائه دیدگاهی جدید از مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی نشان می‌دهد. تحقیقات قبلی در مورد استفاده درون‌سازمانی رسانه‌های اجتماعی سازمانی عمدتاً بر استفاده کاری و استفاده اجتماعی برای اهداف کاری متمرکز شده است (دینگ و همکاران، 2019؛ سان و شانگ، 2014؛ چن و وی، 2019). اگرچه اوکسا و همکاران (۲۰۲۰)، ارتباطات رسانه‌ای اجتماعی حرفه‌ای کاری و غیرکاری را در محیط‌های سازمانی مورد بررسی قرار داده‌اند، اما درک جامعی از کاربرد مرتبط با کار و کاربرد غیرمرتبط با کار در زمینه‌های رسانه‌های اجتماعی سازمانی وجود ندارد. لذا، این مطالعه روش جدیدی را برای تقسیم مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی به کاری و غیرکاری پیشنهاد می‌کند که در آن مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری را می‌توان با استفاده از دو بُعد فرعی مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی مرتبط با جامعه شخصی و مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی مرتبط با لذت اندازه‌گیری کرد.

## 5 - 2. نتیجه‌گیری

یافته‌های کلیدی را می‌توان چنین تبیین کرد: اول، عوامل استرس‌زای چالشی به‌طور مثبت با دلبستگی شغلی در ارتباط بودند، درحالی‌که موانع استرس‌زای بازدارنده با دلبستگی شغلی رابطه منفی دارد. این نتایج با یافته‌های قبلی مدل JD - R (کرافورد و همکاران، 2010). دوم، رابطه مثبت بین عوامل استرس‌زای چالشی و دلبستگی شغلی، یک اثر U شکل را تحت تأثیر تعدیلگری مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری نشان می‌دهد، که برخلاف



فرضیه H<sub>1a</sub> است. بنابراین، H<sub>1a</sub> تأیید و پشتیبانی نمی‌شود. این ممکن است مربوط به بهبود توانایی کارکنان در پردازش اطلاعات باشد، زیرا آنها بیشتر با رسانه‌های اجتماعی سازمانی برای رسیدگی به تقاضاهای شغلی خود آشنا می‌شوند (چن و وی، 2019). مطالعات قبلی نیز نشان دادند که کاربران باتجربه IT قادر به مدیریت مؤثر و کارآمد اطلاعات هستند و احتمال کمتری وجود دارد که سربار اطلاعات نسبت به کاربران تازه‌کار احساس شود (هسا و لیو، 2014). بنابراین، اگرچه کارکنان درگیر ممکن است با پیام‌هایی که از رسانه‌های اجتماعی سازمانی دریافت کرده‌اند همراه شوند، اما به دلیل تجربه غنی حاصل از پردازش اطلاعات خود می‌توانند به سرعت در کار مشغول شوند. سوم، اثر مجذور عبارت عامل تعدیلی مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری بر رابطه بین موانع استرس‌زای بازدارنده و دلبستگی شغلی، معنادار نیست. بنابراین، فرضیه H<sub>2a</sub> تأیید و پشتیبانی نمی‌شود. البته، می‌توان تا حدی این نتیجه را به نگرش منفی کارکنان نسبت به موانع استرس‌زای بازدارنده نسبت داد. اگرچه مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری می‌تواند منابع شغلی، مانند اطلاعات کاری را برای کارکنان تحت استرس به ارمغان آورد، ممکن است آنها برای پردازش و جذب چنین اطلاعاتی، تبدیل آن به منابع شخصی خود و استفاده از آنها برای محدود کردن تأثیر موانع استرس‌زای بازدارنده در دلبستگی شغلی (اکستوپولا<sup>1</sup> و همکاران، 2007) به دلیل اثرات منفی این عوامل استرس‌زا بر عملکرد و رشد شخصی خود، انگیزه نداشته باشند (دینگ و همکاران، 2019؛ کاونوگ و همکاران، 2000). چهارم، رابطه مثبت بین عوامل استرس‌زای چالشی و دلبستگی شغلی یک اثر U شکل معکوس را تحت تأثیر تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری نشان می‌دهد که فرضیه H<sub>1b</sub> را تأیید و پشتیبانی می‌کند. به عبارت دیگر، تنها با سطوح میانی مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری، کارکنان با استرس بالا می‌توانند در کار خود در بالاترین سطح درگیر شوند. در نهایت، رابطه بین موانع استرس‌زای بازدارنده و دلبستگی شغلی، یک اثر U شکل تحت تأثیر تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری را نشان می‌دهد. لذا فرضیه H<sub>2b</sub> تأیید و حمایت می‌شود. به عبارت دیگر،



هنگامی که مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری در سطح متوسط است، دلبستگی شغلی کارکنان تحت فشار بازدارنده در پایین‌ترین سطح خواهد بود.

### 5-3. پیشنهادها

از حیث مفاهیم عملی، این مطالعه چندین مفهوم عملی را برای مدیران اجرایی رسانه‌های اجتماعی سازمانی به منظور دلبستگی شغلی در میان کارکنان ارائه می‌دهد. به‌طور خاص، از آنجایی که یافته‌های مطالعه نشان می‌دهد تأثیر عوامل استرس‌زای چالشی و بازدارنده بر دلبستگی شغلی به هر دو نوع مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی و شدت مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی بستگی دارد، مدیران باید انواع عوامل استرس‌زای کاری را در هنگام اجرای رسانه‌های اجتماعی سازمانی در نظر بگیرند. اول، نظر به اینکه یک تعدیل U شکل در مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی کاری در رابطه بین عوامل استرس‌زای چالشی و دلبستگی شغلی یافت شد، به مدیران پیشنهاد می‌شود رسانه‌های اجتماعی سازمانی را برای اهداف کاری به کار بگیرند. اما آنها نباید تنها کارکنان دارای استرس چالشی را تشویق کنند تا از رسانه‌های اجتماعی سازمانی برای موفقیت استفاده کنند، بلکه باید منابع شغلی و همچنین آموزش رسانه‌های اجتماعی سازمانی ترتیب دهند که به آنها کمک می‌کند تجربه و توانایی‌های خود را در پردازش پیام‌های مرتبط و زیادی که دریافت کرده‌اند، بهبود بخشند؛ به‌طوری‌که از تجربه اثرات منفی رسانه‌های اجتماعی سازمانی (برای مثال، اضافه بار اطلاعات و خستگی مرتبط با رسانه‌های اجتماعی سازمانی) جلوگیری کنند. دوم، یافته‌های مطالعه از ضرورت استفاده غیرکاری رسانه‌های اجتماعی سازمانی در سازمان‌ها حمایت می‌کند، چراکه می‌تواند به همه کارکنان قدرت دهد تا دلبستگی شغلی را افزایش دهند. با این حال، مدیران ممکن است قوانینی را برای محدود کردن استفاده غیرکاری رسانه‌های اجتماعی سازمانی به یک سطح منطقی طراحی کنند که هم کارکنان دارای استرس چالشی و هم کارکنان دارای استرس بازدارنده، سود ببرند. از طرفی، سطح ایده‌آل مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی غیرکاری برای کارکنان با استرس چالشی و بازدارنده متفاوت است. کارکنان تحت استرس بازدارنده ممکن است به سطح نسبتاً بالاتری از مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی



سازمانی غیرکاری نسبت به کارکنان تحت استرس چالشی برای رسیدن به دلبستگی شغلی بهینه نیاز داشته باشند. بنابراین، به یک استراتژی پیچیده در مورد استفاده غیرکاری رسانه‌های اجتماعی سازمانی نیاز است.

در نهایت، به‌رغم کمک‌ها و بینش‌هایی که در مدل JD - R و ادبیات مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی و همچنین مداخلات دلبستگی شغلی وجود دارد، مطالعه قطعاً محدودیت‌هایی دارد. از جمله اینکه ادبیات پیشین، مداخلاتی را که روی هر دو دلبستگی شغلی یک بُعدی (میرز و وان ورکن، 2017؛ وینگردن و همکاران، 2017) و هر یک از سه زیر مؤلفه قدرت، فداکاری و جذب آن (کافنگ و همکاران، 2014؛ وایت و همکاران، 2017) عمل می‌کنند، شناسایی می‌کند. در حالی که در این مطالعه، تعدیلگر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر اثر عوامل استرس‌زای کار بر دلبستگی شغلی یک بُعدی بررسی می‌شود. بنابراین، تحقیقات آینده می‌تواند تأثیر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی را بر سه بُعد فرعی دلبستگی شغلی بررسی کند. همچنین، اگرچه از دو روش آماری برای ارزیابی CMB به دلیل اینکه داده‌ها، نتایج و یافته‌های مغرضانه تولید نکنند، استفاده شده است، نمی‌توان با قاطعیت یافته‌های کاملاً بی‌طرفانه مطالعه را تضمین کرد (پادساکوف و همکاران، 2012). بنابراین، تحقیقات آینده می‌توانند با استفاده از داده‌های عینی، مانند داده‌های استفاده واقعی رسانه‌های اجتماعی سازمانی، ساختارها را اندازه‌گیری کنند. همچنین، محققان ممکن است قادر به همکاری با سازمان‌هایی باشند که رسانه‌های اجتماعی سازمانی را در کار پذیرفته‌اند؛ به طوری که آنها می‌توانند از چنین داده‌های آرشیوی در مورد گزارش‌های سیستم استفاده کنند و تکنیک‌های داده‌کاوی را برای جمع‌آوری، طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل داده‌ها به کار گیرند.



## 6. منابع

- Ali-Hassan, H., Nevo, D., & Wade, M (2015). Linking dimensions of social media use to job performance: The role of social capital. *Journal of Strategic Information Systems*, 24(2), 65–89. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.03.001>.
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. W (1991). Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421–458. <https://doi.org/10.2307/2393203>.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309–328. <https://doi.org/10.1108/02683940710733115>.
- Bakker, A. B., Demerouti, E., & Sanz-Vergel, A. I (2014). Burnout and work engagement: The JD–R approach. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 389–411. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091235>.
- Bakker, A. B., Emmerik, H.v., & Euwema, M. C (2006). Crossover of burnout and engagement in work teams. *Work and Occupations*, 33(4), 464–489. <https://doi.org/10.1177/0730888406291310>.
- Cavanaugh, M. A., Boswell, W. R., Roehling, M. V., & Boudreau, J. W (2000). An empirical examination of self-reported work stress among U.S. managers. *Journal of Applied Psychology*, 85(1), 65–74. <https://doi.org/10.1037//0021-9010.85.1.65>.
- Chen, X., & Wei, S (2019). Enterprise social media use and overload: A curvilinear relationship. *Journal of Information Technology*, 34(1), 22–38. <https://doi.org/10.1177/0268396218802728>.
- Cho, S., Noh, H., Yang, E., Lee, J., Lee, N., Schaufeli, W. B., et al (2020). Examining the job demands-resources model in a sample of Korean correctional officers. *Current Psychology*, 39(5), 1521–1534. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00620-8>.
- Chu, T. H (2020). A meta-analytic review of the relationship between social media use and employee outcomes. *Telematics and Informatics*, 50, Article 101379. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101379>.



- Coffeng, J. K., Hendriksen, I. J. M., Duijts, S. F. A., Twisk, J. W. R., van Mechelen, W., & Boot, C. R. L (2014). Effectiveness of a combined social and physical environmental intervention on presenteeism, absenteeism, work performance, and work engagement in office employees. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 56(3), 258–265. <https://doi.org/10.1097/jom.0000000000000116>.
- Crawford, E. R., LePine, J. A., & Rich, B. L (2010). Linking job demands and resources to employee engagement and burnout: A theoretical extension and meta-analytic test. *Journal of Applied Psychology*, 95(5), 834–848. <https://doi.org/10.1037/a0019364>.
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W. B (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 499–512. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.3.499>.
- Ding, G., Liu, H., Huang, Q., & Gu, J (2019). Enterprise social networking usage as a moderator of the relationship between work stressors and employee creativity: A multilevel study. *Information & Management*, 56(8), Article 103165. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.04.008>.
- Ferreira, A. I., da Costa Ferreira, P., Cooper, C. L., & Oliveira, D (2019). How daily negative affect and emotional exhaustion correlates with work engagement and presenteeism-constrained productivity. *International Journal of Stress Management*, 26(3), 261–271. <https://doi.org/10.1037/str0000114>.
- Fornell, C., & Larcker, D (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18,(1)39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>.
- Fu, S., Li, H., Liu, Y., Pirkkalainen, H., & Salo, M (2020). Social media overload, exhaustion, and use discontinuance: Examining the effects of information overload, system feature overload, and social overload. *Information Processing & Management*, 57(6), Article 102307. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102307>.
- Gonzalez, E. S. (2012). *Internal social media's impact on socialization and commitment*. Baylor University.
- Henle, C. A., & Blanchard, A. L (2008). The interaction of work stressors and organizational sanctions on cyberloafing. *Journal of Managerial Issues*, 20(3), 383–400. <https://www.jstor.org/stable/40604617>.
- Hsu, C.-L., & Liao, Y.-C (2014). Exploring the linkages between perceived information accessibility and microblog stickiness: The moderating role of a sense of community. *Information & Management*, 51(7), 833–844. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.08.005>.
- Jaccard, J. (2003). *Interaction effects in multiple regression*. Thousand Oaks, CA: Sage .



Jones, F., & Fletcher, B. C (1996). Job control and health. In M. J. Schabracq, J. A. M. Winnubst, & C. L. Cooper (Eds.), *Handbook of work and health psychology* (pp .33-50). Chichester: Wiley.

Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692–724.

<https://doi.org/10.5465/256287>.

Kim, S. J., & Byrne, S (2011). Conceptualizing personal web usage in work contexts: A preliminary framework. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2271–2283.<https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.006>.

Knight, C., Patterson, M., & Dawson, J (2017). Building work engagement: A systematic review and meta-analysis investigating the effectiveness of work engagement interventions. *Journal of Organizational Behavior*, 38(6), 792–812.

<https://doi.org/10.1002/job.2167>.

Lepine, J. A., Podsakoff, N. P., & Lepine, M. A (2005). A meta-analytic test of the challenge stressor-hindrance stressor framework: An explanation for inconsistent relationships among stressors and performance. *Academy of Management Journal*, 48(5), 764–775. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2005.18803921>.

Lesener, T., Gusy, B., & Wolter, C (2019). The job demands-resources model: A meta-analytic review of longitudinal studies. *Work and stress*, 33(1), 76–103.

<https://doi.org/10.1080/02678373.2018.1529065>.

Lim, V. K. G., & Chen, D. J. Q (2009). Cyberloafing at the workplace: Gain or drain on work? *Behaviour & Information Technology*, 31(4), 343–353.

<https://doi.org/10.1080/01449290903353054>.

Lin, W., Ma, J., Wang, L., & Wang, M (2015). A double-edged sword: The moderating role of conscientiousness in the relationships between work stressors, psychological strain, and job performance. *Journal of Organizational Behavior*, 36(1), 94–111.

<https://doi.org/10.1002/job.1949>.

Lu, B., Guo, X., Luo, N., & Chen, G (2016). Corporate blogging and job performance: Effects of work-related and nonwork-related participation. *Journal of Management Information Systems*, 32(4), 285–314. <https://doi.org/10.1080/07421222.2015.1138573>.

Meyers, M. C., & van Woerkom, M (2017). Effects of a strength's intervention on general and work-related well-being: The mediating role of positive affect. *Journal of Happiness Studies*, 18(3), 671–689. <https://doi.org/10.1007/s10902-016-9745-x>.

Ng, J. C. Y., Shao, I. Y. T., & Liu, Y (2016). This is not what I wanted: The effect of avoidance coping strategy on non-work-related social media use at the workplace. *Employee Relations*, 38(4), 466–486. <https://doi.org/10.1108/ER-12-2015-0216>.



- Oksa, R., Kaakinen, M., Savela, N., Ellonen, N., & Oksanen, A (2020). Professional social media usage: Work engagement perspective. *New Media & Society*, 23(8),2303–2326 .<https://doi.org/10.1177/1461444820921938>.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., & Podsakoff, N. P (2012). Sources of method bias in social science research and recommendations on how to control it. *Annual Review of Psychology*, 63(1), 539–569. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120710-100452>.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>.
- Putnam, L. L., Myers, K. K., & Gailliard, B. M (2014). Examining the tensions in workplace flexibility and exploring options for new directions. *Human Relations*, 67(4) , 413–440 .<https://doi.org/10.1177/0018726713495704>.
- Schaufeli, W. B (2017). Applying the job demands-resources model: A ‘how to’ guide to measuring and tackling work engagement and burnout. *Organizational Dynamics*, 46(2), 120–132. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2017.04.008>.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293–315. <https://doi.org/10.1002/job.248>.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Salanova, M (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross-national study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701–716. <https://doi.org/10.1177/0013164405282471>.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., Gonz’alez-rom’a, V., & Bakker, A. B (2002). The measurement of engagement and burnout: A two-sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71–92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>.
- Sharma, A., & Bhatnagar, J (2016). Enterprise social media at work: Web-based solutions for employee engagement. *Human Resource Management International Digest*, 24(7) ,16–19 .<https://doi.org/10.1108/HRMID-04-2016-0055>.
- Singleton, R. A., & Straits, B. C. (2005). *Approaches to social research (4th Edition)*. New York, US: Oxford University Press.
- Sun, Y., & Shang, R. A (2014). The interplay between users’ intraorganizational social media use and social capital. *Computers in Human Behavior*, 37, 334–341. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.048>. Sun et al.



Sun, Y., Wang, C., & Jeyaraj, A (2020). Enterprise social media affordances as enablers of knowledge transfer and creative performance: An empirical study. *Telematics and Informatics*, 51, Article 101402. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101402>.

Sun, Y., Wu, L., Chen, R., Lin, K., & Shang, R.-A (2020). Enterprise social software platforms and team improvisation. *International Journal of Electronic Commerce*, 24(5), 366–390. <https://doi.org/10.1080/10864415.2020.1767430>.

Syrek, C. J., Kühnel, J., Vahle-Hinz, T., & De Bloom, J (2017). Share, like, twitter, and connect: Ecological momentary assessment to examine the relationship between non-work social media use at work and work engagement. *Work and Stress*, 32(3), 209–227. <https://doi.org/10.1080/02678373.2017.1367736>.

Ter Hoeven, C. L., van Zoonen, W., & Fonner, K. L (2016). The practical paradox of technology: The influence of communication technology use on employee burnout and engagement. *Communication Monographs*, 83(2), 239–263. <https://doi.org/10.1080/03637751.2015.1133920>.

Treem, J. W., & Leonardi, P. M (2013). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Annals of the International Communication Association*, 36(1), 143–189. <https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679130>.

Van Wingerden, J., Derks-Theunissen, D., & Bakker, A (2017). The impact of personal resources and job crafting interventions on work engagement and performance. *Human Resource Management*, 56(1), 51–67. <https://doi.org/10.1002/hrm.21758>.

van Zoonen, W., & Banghart, S (2018). Talking engagement into being: A three-wave panel study linking boundary management preferences, work communication on social media, and employee engagement. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(5), 278–293. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy014>.

van Zoonen, W., Verhoeven, J. W. M., & Vliegenthart, R (2017). Understanding the consequences of public social media use for work. *European Management Journal*, 35(5), 595–605. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2017.07.006>.

Wharton, A. S (1993). The affective consequences of service work: Managing emotions on the Job. *Work and Occupations*, 20(2), 205–232. <https://doi.org/10.1177/0730888493020002004>.

White, M., Butterworth, T., & Wells, J. S (2017). Healthcare quality improvement and 'work engagement': concluding results from a national, longitudinal, cross-sectional study of the 'Productive Ward-Releasing Time to Care' programme. *BMC Health Services Research*, 17(1), 509–510. <https://doi.org/10.1186/s12913-017-2446-2>.



---

Xanthopoulou, D., Bakker, A. B., Demerouti, E., & Schaufeli, W. B (2007). The role of personal resources in the job demands-resources model. *International Journal of Stress Management*, 14(2), 121–141. <https://doi.org/10.1037/1072-5245.14.2.121>.

Xiao, L., & Mou, J (2019). Social media fatigue -technological antecedents and the moderating roles of personality traits: The case of WeChat. *Computers in Human Behavior*, 101, 297–310. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.001>.

Yu, L., Cao, X., Liu, Z., & Wang, J (2018). Excessive social media use at work: Exploring the effects of social media overload on job performance. *Information Technology & People*, 31(6), 1091–1112. <https://doi.org/10.1108/ITP-10-2016-0237>.