

بررسی تأثیر استفاده تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان با نقش میانجی سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان کتابخانه‌های عمومی شهر تهران)

زیبا محمدزاده روشنی (نویسنده مسئول)

دانشجوی دکتری، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
Zibamohammadzadeh53@gmail.com

میترا قیاسی

دکتری، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد، بابل، ایران
mighiasi@gmail.com

تاریخ دریافت ۱۳۹۷/۰۹/۱۹؛ تاریخ پذیرش ۱۳۹۸/۰۶/۱۳

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف تعیین تأثیر استفاده از امکانات تلفن‌های هوشمند توسط کارکنان بر شکل‌گیری پیامدهای رفتاری مثبت در آن‌ها شامل رضایت شغلی، رضایت ارتباط و عملکرد و همچنین بررسی نقش میانجی سرمایه اجتماعی صورت گرفت.

روش: این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش در زمره پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی قرار می‌گیرد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه کارکنان کتابخانه‌های عمومی زیر نظر سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران به تعداد ۳۹۲ نفر است که ۲۰۰ نفر از آن‌ها با توجه به حجم نمونه مورد نیاز برای مدل‌یابی معادلات ساختاری به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسش‌نامه استاندارد پژوهش شیر و رایس (۲۰۱۷) شامل شش گویه برای سنجش میزان استفاده از تلفن‌های هوشمند، هشت گویه برای سنجش سرمایه اجتماعی و شش گویه برای سنجش پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان است که پایایی این پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱۴ محاسبه شد. به منظور بررسی کفایت داده‌ها برای تحلیل عاملی، از آزمون KMO از طریق نرم‌افزار SPSS استفاده شد. همچنین، آزمون تحلیل عاملی تأییدی به منظور بررسی روایی ابزار انجام شد و در نهایت، به منظور آزمون فرضیات از نرم‌افزار آموس استفاده شد.

یافته‌ها: بررسی شاخص‌های برازش مدل حاکی از آن است که مدل ساختاری پژوهش از وضعیت مناسبی برخوردار است. همچنین، یافته‌های پژوهش نشان داد که استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان با ضریب مسیر ۰/۴۵ تأثیر معنی‌دار و مثبت دارد. همچنین، نقش میانجی سرمایه اجتماعی در تأثیر استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان با ضریب مسیر غیرمستقیم ۰/۴۸ تأیید شد.

اصالت/ارزش: پژوهش حاضر برای اولین بار در کشور به بررسی نتایج مثبت استفاده کتابداران از تلفن‌های هوشمند و پیامدهای آن در کتابخانه‌های عمومی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی پرداخته است. این پژوهش فواید استفاده از تلفن‌های هوشمند در سازمان‌ها را آشکار می‌سازد و به توسعه تجربی و نظری این زمینه مطالعاتی کمک می‌کند. از این رو، با توجه به اهمیت و کارایی تلفن‌های هوشمند در ارائه خدمات اطلاع‌رسانی، مرجع، فناوری اطلاعات و آموزشی و پژوهشی پیشنهاد می‌شود تدابیری برای استفاده مناسب در توسعه خدمات کتابخانه‌های عمومی با کمک تلفن‌های هوشمند لحاظ شود.

کلیدواژه‌ها: تلفن‌های هوشمند، پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان، سرمایه اجتماعی.

Research on Information Science and Public Libraries; The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation; Vol. 25, No.4; Successive No. 99; winter 2020; Pp. 645-671.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی: فصلنامه علمی-پژوهشی؛ دوره ۲۵، شماره ۴، پیاپی ۹۹، زمستان ۱۳۹۸، ص ۶۴۵-۶۷۱.

A Study of the Impact of Smart Phones on the Employees' Positive Behavioral Outcomes with the Mediating role of Social Capital (Study Case: Staff of Tehran's Public Libraries)

Ziba Mohammadzadeh Ravшти (Corresponding Author)

PhD Student of KIS, Department, Research Officer, Payame Noor University, Tehran, Iran
Zibamohammadzadeh53@gmail.com

Mitra Ghiasi

PhD, KIS, Islamic Azad University, Babol Branch, Babol, Iran
mighiasi@gmail.com

Received: 10th December 2018; Accepted: 4th September 2019

Abstract

Purpose: To examine the effect of using smart phones on the positive behavioral outcomes of employees with a mediating role of social capital.

Method: This study is considered an applied research in terms of purpose and a descriptive-correlational study in terms of the data collection method. The statistical population of the research includes all the staff of Tehran's public libraries, who numbers 394 from whom 200 individuals were selected by using the random sampling method. Cochran formula has been used to determine the sample size 200 participants. Due to the small size of the population and the appropriate volume for the modeling of structural equations, the entire population was studied. The instrument for collecting data was the standard questionnaire by Shir et al. (2017) whose reliability was confirmed by Cronbach's alpha coefficient of 0.914. To verify the suitability of the data for factor analysis, KMO test was used. Furthermore, the research validity was examined by a factor analysis and finally the Amos software was used to test the research hypotheses.

Findings: The examination of the fit indices of the research model showed its good fit. Furthermore, findings indicated that using smartphones has a significant and positive effect with the path coefficient=0/45 on the positive behavioral outcomes of library staff. Moreover, the role of social capital as a mediator in this effect was confirmed with the indirect path coefficient = 0/48.

Originality/value: The current research has been the first one that has studied the positive outcomes of the librarians' use of smart phones and its consequences in public libraries through the mediating role of social capital. This research reveals the advantages of using smart phones in organizations and its results contribute to the empirical and theoretical development of this area of study. Therefore, considering the importance and efficiency of smart phones in providing information, reference, information technology and educational and research services, it is suggested that measures be taken to be used appropriately in the development of public library services with the help of smart phones.

Keywords: Smart phones, Employees' positive behavioral outcomes, Social capital.

مقدمه

در دهه‌های اخیر، با گسترش روزافزون کاربردهای تلفن همراه و استقبال همگانی از ارتباطات سیار و افزایش گسترده شمار کاربران، و نیز پیش‌بینی رشد درآمد ۱۰۶ میلیارد دلاری حاصل از ۵ تریلیون پیامک در سال ۲۰۱۰ به ۱۳۶ میلیارد دلار (از ۸/۷ تریلیون پیامک) در سال ۲۰۱۵ در جهان موجب شده است که تلفن همراه همچنان منبع اصلی درآمد برای صنایع ارتباطی سراسر جهان باشد. در ایران نیز با حدود ۵۹ میلیون مشترک تلفن همراه و ضریب نفوذ ۷۳ درصدی، استفاده از این بستر مناسب و ایدئال درخصوص افزایش ارتباطات در سازمان یک ضرورت عینی و اجتناب‌ناپذیر است (سلیمی فرد و پوردهقان، ۱۳۹۵).

با توجه به نرخ بالای پذیرش تلفن‌های هوشمند، افراد قادرند از طریق طیف وسیعی از برنامه‌های کاربردی، و دسترسی به اینترنت در هر زمان و مکانی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (شیر^۱ و رایس، ۲۰۱۷) همچنین، با استفاده از گوشی‌های هوشمند، دسترسی به اطلاعات نسبت به قبل افزایش زیادی یافته است (اگنی‌هوتری، دینگوس، هو و کوروس^۲، ۲۰۱۵). کاربران تلفن‌های هوشمند می‌توانند با مخاطبان خود از طریق سرویس پیام کوتاه به‌سادگی ارتباط برقرار کنند. نتایج یک نظرسنجی در آمریکا نشان می‌دهد که بیش از ۳۶ درصد از کاربران تلفن‌های هوشمند و ۲۹ درصد از کاربران اینترنت از برنامه‌های پیام‌رسان استفاده می‌کنند (دوگان^۳، ۲۰۱۵). تلفن‌های هوشمند نحوه ارتباط افراد را تغییر می‌دهند. این تغییرات دستاوردهای شخصی و اجتماعی فراوانی در پی خواهد داشت (الیسون و گیبس^۴، ۲۰۱۵). به عبارتی، استفاده از تلفن‌های هوشمند در سازمان از طریق کارکنان می‌تواند خروجی‌های مطلوب کارکنان را ارتقا بخشد (شیر و رایس، ۲۰۱۷).

تلفن‌های هوشمند طبیعتاً می‌توانند در تسهیل فرایندهای به‌اشتراک‌گذاری دانش در سازمان مفید باشند (لئوناردی، هیوسمن و استینفیلد^۵، ۲۰۱۳). تلفن‌های هوشمند به‌طور گسترده‌ای به‌عنوان ابزاری برای برقراری ارتباط بین اعضا به‌کار می‌رود (اگنی‌هوتری، دینگوس، هو و کوروس، ۲۰۱۵). لئوناردی، هیوسمن و استینفیلد (۲۰۱۳) تلفن‌های هوشمند در محیط کار را «رسانه اجتماعی سازمان» می‌نامند و از آن به‌عنوان سکویی مبتنی بر سیستم عامل وب ۲ یاد می‌کنند که به کارکنان اجازه می‌دهد:

1. Sheer & Rice
3. Duggan

2. Agnihotri, Dingus, Hu & Krush
4. Ellison & Gibbs

5. Leonardi, Huysman & Steinfield

۱. به همکاران یا همه افراد سازمان پیام ارسال کنند؛
۲. فایل‌های مربوط به خود و دیگران را ارسال، ویرایش و مرتب کنند؛
۳. پیام‌ها، ارتباطات، متن‌ها و فایل‌های ارسالی و طبقه‌بندی‌شده در سازمان را در هر زمان و مکان مشاهده کنند (کوهِک^۱ و پارک، ۲۰۱۶).
با استفاده از فناوری وب، تلفن‌های هوشمند می‌توانند با دیگر ابزارهای رسانه‌ای مانند صدا، تصویر، عکس و یا ابزارهای ارتباطی دیگر مانند ویدئو کنفرانس، برنامه‌های چت و سیستم‌های بازخورد ترکیب شوند (کمپل^۲، ۲۰۱۵).
از طریق تلفن‌های هوشمند، کارکنان نه تنها می‌توانند دانش صریح خود را از طریق ارتباطات نوشتاری تسهیم کنند، بلکه می‌توانند دانش ضمنی خود را که در نوشتار مشکل است نیز تسهیم کنند (یانگ و گوپتا^۳، ۲۰۱۳).
تلفن‌های هوشمند می‌توانند دانش را به طرز غنی‌تر و دقیق‌تر تسهیم کنند (استلزنر^۴، ۲۰۱۲). افرادی که به طور متداول از تلفن‌های هوشمند استفاده می‌کنند با به دست آوردن اطلاعات و دانش بیشتر می‌توانند مشکلاتی را که در برخورد با همکاران به وجود می‌آید راحت‌تر حل و فصل کنند (آگنی‌هوتری، کوتاندارامان، کاشیپ و سینگ^۵، ۲۰۱۲). تلفن‌های هوشمند به دلیل راحتی و اثربخشی، محبوبیت زیادی در خارج و داخل محل کار پیدا کرده‌اند. تلفن‌های هوشمند ابزاری اثربخش برای کسب اطلاعات مرتبط با شغل با حداقل اختلال هستند و این امکان را برای کارکنان ایجاد می‌کنند که بدون اتلاف وقت در بحث‌های طولانی و زمان‌بر، توضیحات موردنیاز را از شخص همکار خود دریافت کنند (هامپتون^۶، ۲۰۱۶).
با این حال، مزایای استفاده از تلفن‌های هوشمند به وظایف معمول کاری محدود نیست، بلکه از این طریق کارکنان می‌توانند ارتباطات اجتماعی غیررسمی نیز برقرار کنند. همچنین کارکنان از طریق روابط کاری، اهداف و وظایف کاری خود را تسهیم می‌کنند. کارکنان می‌توانند از طریق استفاده از تلفن‌های همراه به بحث و گفت‌وگو درباره مسائل کاری در هر زمانی که موردنیاز است بپردازند (پسلاک، سکوچی و سندال^۷، ۲۰۱۰). نتایج پژوهش پی، لیو و

1. Kwahk & Park
3. Yang and Gupta
5. Agnihotri, Kothandaraman, Kashyap & Singh
7. Peslak, Ceccucci & Sendall

2. Campbell
4. Stelzner
6. Hampton

چن^۱ (۲۰۰۸) درخصوص استفاده از تلفن‌های هوشمند توسط کارکنان در ۱۵ سازمان مختلف نشان داد که این امر منجر به افزایش رضایت کارکنان از ارتباطات رسمی و غیررسمی در یک سازمان می‌شود. درواقع، استفاده از تلفن‌های هوشمند در سازمان رضایت کارکنان از زندگی کاری را افزایش می‌دهد (لی، گوپتا، لئو و وارکندین^۲، ۲۰۱۱).

سرمایه اجتماعی به‌طور گسترده به منابع انباشته‌شده از طریق روابط بین افراد اشاره دارد (الیسون، استینفیلد و لمپ^۳، ۲۰۰۷). پوتنام^۴ سرمایه اجتماعی را این‌چنین تعریف کرده است: «ویژگی‌های سازمان اجتماعی مانند شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اجتماعی که هماهنگی و همکاری را برای منافع متقابل تسهیل می‌کند» (پوتنام، ۱۹۹۵). از طرفی، سرمایه اجتماعی دربرگیرنده روابط داخل و خارج از سازمان است که به سازمان در نیل به انجام وظایف خود و ارزش‌گذاری برای مشتریان و سهام‌داران خود کمک می‌کند (مهدی و المسفیر، ۲۰۱۴، به نقل از آدلر و کوان^۵، ۲۰۰۲؛ پروساک و کوهن^۶، ۲۰۰۱).

به‌علاوه، پژوهش‌های پیشین حاکی از آنند که سرمایه اجتماعی برای اثربخشی سازمان‌ها مهم است (بولینو، ترنلی و بلودگود^۷، ۲۰۰۲). سرمایه اجتماعی اگر به‌درستی مدیریت شود قادر است به‌عنوان یک مزیت رقابتی مهم عمل کند (نهاییت و گوشال^۸، ۱۹۹۸).

بورديو^۹ (۱۳۸۴: ۱۶) استفاده از شبکه‌های اجتماعی را یک سرمایه اجتماعی و یکی از ابعاد آن را مشارکت اجتماعی می‌داند، به‌طوری‌که هرچه مشارکت افراد بالاتر باشد، سرمایه اجتماعی افزایش خواهد یافت، و توسعه‌یافتگی از نتایج آن برای جامعه به شمار می‌رود. بنابراین، هر جامعه‌ای نیازمند ایجاد انگیزه و یادآوری برای مشارکت افراد در بالا بردن سطح سرمایه اجتماعی است (بزرگی و امینی، ۱۳۹۴). از سویی، نتایج مطالعات حاکی از نقش فزاینده استفاده از فناوری‌های نوین همچون اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و تلفن‌های هوشمند در توسعه سرمایه اجتماعی در میان جوامع است (کاریکوسکی و کیلکی^{۱۰}، ۲۰۱۳؛ لی، گوپتا، لئو و وارکندین، ۲۰۱۱؛ کمپل و کواک^{۱۱}، ۲۰۱۰). محققان بر این باورند که این فناوری‌های نوین علاوه بر حفظ روابط اجتماعی موجود از ایجاد روابط جدید نیز پشتیبانی می‌کنند. بسیاری از

1. Pi, Liu & Chen

4. Putnam

7. Bolin, Tumley & Bloodgood

10. Karikoski & Kilkki

2. Li, Gupta, Luo & Warkentin

5. Adler & Kwon

8. Nahapiet & Ghoshal

11. Campel & Kwak

3. Ellison, Steinfield & Lampe

6. Prusak & Cohen

9. Bourdieu

محققان معتقدند که افراد با استفاده از سیستم‌های مبتنی بر فناوری نوین قادرند شبکه روابط اجتماعی خود را گسترش دهند (الیسون استینفیلد و لمپ، ۲۰۰۷). تلفن‌های هوشمند فرصت‌های جدیدی را برای برقراری ارتباط مناسب و رسانی فراهم می‌کنند. این فناوری با کاهش محدودیت‌های فضا و زمان، انعطاف‌پذیری بالاتری را برای هماهنگی، پیوندها و فعالیت‌های اجتماعی و حفظ روابط بین‌فردی ارائه می‌دهند. درواقع، تلفن همراه هوشمند به‌عنوان یک منبع مهم برای ایجاد سرمایه اجتماعی شناخته شده است (کمپل و کواک، ۲۰۱۰). هنگامی که سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد، جامعه افزایش مشارکت در فعالیت‌های مدنی و به‌طور بالقوه اعتمادی بیشتر در بین اعضای خود را تجربه می‌کند. به‌طور کلی، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از آثار مثبت تعامل بین شرکت‌کنندگان در یک شبکه اجتماعی تلقی می‌شود (چو و چو، ۲۰۱۰).

در این میان، کتابداران نیز با بهره‌گیری از امکانات تلفن هوشمند قادر خواهند بود به‌نحو مؤثری به انجام وظایف خود بپردازند. برای مثال، آموزش‌های مرتبط با مهارت‌های شغلی، کارگاه‌ها و کلاس‌ها می‌تواند به‌صورت فایل‌های ویدئویی برای کارکنان ارسال شود؛ کارکنان نیز از طریق تلفن هوشمند خود قادر به بهره‌برداری از آن در کمترین زمان ممکن خواهند بود؛ همچنین، آموزش‌های کوتاه صوتی نیز بسیار کمک‌کننده هستند.

امکان دسترسی به ابزار مدیریت کتابخانه برای کتابداران درحالی که در مکان اصلی خود مستقر نیستند نیز از دیگر امکاناتی است که تلفن‌های هوشمند می‌تواند در اختیار کتابداران قرار دهند. همچنین، اخبار، اطلاعیه‌ها و پیام‌های مربوط به وقایع مهم و یا اطلاعات درخواستی نیز می‌توانند از طریق تلفن هوشمند سریعاً و با حفظ اصالت و امنیت انتقال یابند که عمده تمرکز پژوهش حاضر نیز معطوف به این قابلیت تلفن‌های هوشمند است. باین‌حال، اغلب به‌دلیل حفظ سکوت و جلوگیری از ایجاد مزاحمت‌های صوتی ممکن است از تلفن همراه تا حد امکان استفاده نشود، که این امر موجب محروم شدن کتابداران از مزایای بالقوه این ابزار نوین ارتباطی می‌شود. بر اثر نفوذ فناوری و دگرگونی محیط کتابخانه‌ها لازم است در قوانین استفاده از تلفن همراه ملاحظات صورت گیرد.

وجود اینترنت رایگان در سراسر کتابخانه برای استفاده کتابداران و ارائه آموزش‌های لازم در زمینه استفاده از امکانات تلفن هوشمند به‌منظور برقراری ارتباط کمک‌شایانی به کتابداران

در انجام وظایف سازمانی ایشان خواهد داشت. با توجه به موقعیت جغرافیایی کتابخانه‌های شهر تهران (قرار داشتن در پایتخت کشور) و نیز با توجه به تعداد زیاد مراجعان (اعم از دانشجویان دانشگاه‌های معتبر کشور)، ارتقای عملکرد و خدمات این کتابخانه‌ها از اهمیت بالایی برای جامعه علمی-فرهنگی کشور برخوردار است. لذا، لازم است با شناسایی تأثیرات این ابزار در کتابخانه در امر به کارگیری هرچه بهتر و بیشتر از آن تلاش شود. از این‌رو، با توجه به تأثیر استفاده کتابداران از تلفن‌های هوشمند بر تحقق پیامدهای کاری مثبت و همچنین نقش محوری کتابخانه‌ها در تأمین نیازهای اطلاعاتی، راهنمایی و ارائه اطلاعات باکیفیت به استفاده‌کنندگان، پژوهش حاضر درباره کارکنان کتابخانه‌های عمومی شهر زیر نظر سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران صورت گرفته است.

همچنین، سرمایه اجتماعی ساختاری مهم برای درک کاربرد و پیامدهای رسانه‌های جدید است (الیسون استینفیلد و لمپ، ۲۰۰۷). ارتباط با مخاطبان از طریق اینترنت می‌تواند سرمایه اجتماعی ایجاد کند (هامپتون^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). کاربران اینترنت در مقایسه با دیگران تمایل به داشتن یک شبکه بزرگ‌تر از مخاطبان دارند، و از طرفی صرف وقت در اینترنت برای گسترش شبکه روابط، مشابه سرمایه‌گذاری در جمع‌آوری سرمایه اجتماعی است (الیسون استینفیلد و لمپ، ۲۰۰۷). مشارکت فعال در چنین شبکه‌هایی به افراد کمک می‌کند تا منابع لازم برای نیازهای آینده خود را جمع‌آوری کنند (شیر و رایس، ۲۰۱۷). بررسی‌ها نشان می‌دهد که افرادی که از تلفن‌های هوشمند استفاده می‌کنند روابط نزدیک‌تری در دایره روابط خود دارند و این ارتباطات روابط شبکه‌ای و در نهایت سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهد. همچنین، بر اساس تعریف سرمایه اجتماعی، این امر منابعی را فراهم می‌کند که ممکن است تبدیل به نتایج عملکردی‌ای شود که در این پژوهش با عنوان پیامدهای رفتاری کارکنان مورد بررسی قرار می‌گیرد. از این‌رو، پرسش اصلی این پژوهش این است که: استفاده از تلفن‌های هوشمند چه تأثیری بر رفتار مثبت کارکنان کتابخانه‌های عمومی شهر تهران با توجه به میانجی‌گری سرمایه اجتماعی دارد؟

تاکنون، مطالعات متعددی درخصوص استفاده از تلفن‌های هوشمند در سازمان‌ها صورت گرفته که نتایج متفاوتی را در پی داشته است. در اینجا، به برخی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود:

1. Hampton

علوی‌فر و شریف‌مقدم (۱۳۹۳) به بررسی انواع خدمات کتابخانه‌ای قابل ارائه به وسیله تلفن همراه می‌پردازند تا با شناخت خدمات تلفن همراه و نظرسنجی از جامعه استفاده‌کننده (اعضای کتابخانه مرکزی)، زمینه‌یابی ارائه خدمات کتابخانه‌ای با تلفن همراه در کتابخانه مرکزی آستان قدس را بررسی کنند. ابزار گردآوری اطلاعات این پژوهش را پرسش‌نامه نظرسنجی و مصاحبه تشکیل داده است. در پرسش‌نامه محقق ساخته پژوهش مزبور، پیمایش کاربران صورت گرفت و میزان مقبولیت ارائه انواع خدمات کتابخانه‌ای با تلفن همراه بررسی شد. این پرسش‌نامه بین ۳۸۴ نفر از اعضای کتابخانه به صورت تصادفی توزیع و در نهایت ۳۲۵ پرسش‌نامه دریافت شد. نتایج حاصل از انجام مصاحبه با کارمندان اداره فناوری اطلاعات سازمان که از ۶۵ سؤال تشکیل شده بود، با تلفیق نظرات و مقایسه تقاضای پاسخ‌گویان برای اولویت استفاده از خدمات تلفن همراه نظیر تازه‌های کتاب، بارگذاری فایل‌های الکترونیکی، امکانات شارژ مالی پژوهش را به هدف خود نزدیک کرد. طبق یافته‌های پژوهش، کاربران کتابخانه با ارائه انواع خدمات تلفن همراه شامل خدمات بلوتوث، خدمات مرجع، پیام کوتاه متنی، خدمات شارژ مالی، خدمات اپراتورهای همراه اول شامل ایرنسل و رایتل موافقت کردند. کیانی (۱۳۹۰) در مقاله خود ضمن اشاره به اینکه تلفن همراه تأثیر شگرفی در ابعاد مختلف زندگی داشته است با برشمردن خدمات قابل ارائه تلفن همراه، به هدف خود در شناساندن این ابزار توانمند در بخش‌های گوناگون کتابخانه اشاره دارد.

الیسون استینفیلد و لمپ (۲۰۰۷) رابطه بین استفاده از شبکه اجتماعی برخط و شکل‌گیری سرمایه اجتماعی را بررسی کردند. بر اساس نتایج حاصل از نظرسنجی از ۲۸۶ نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد، تجزیه و تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد ارتباط قوی بین استفاده از شبکه اجتماعی و سرمایه اجتماعی وجود دارد. کمپل و کواک (۲۰۱۰) به بررسی ارتباط بین استفاده از تلفن همراه و سرمایه اجتماعی پرداختند. آن‌ها در پژوهش خود دریافتند که افرادی که از تلفن همراه نسبت به ارتباطات چهره‌به‌چهره و فعالیت در گروه‌ها برای تعامل استفاده می‌کنند دارای سطوح سرمایه اجتماعی بالاتری هستند. انموت، اوگنرو و اگوبار^۱ (۲۰۱۰) در پژوهشی به بررسی پروژه «کاربرد تلفن همراه در خدمات کتابخانه‌ای: چشم‌اندازی بر کتابخانه دانشگاه

1. Enemute, Oghenero & Eghwubare

ایالت دلتا واقع در آبراکا، نیجریه» می‌پردازند. اهداف این پروژه شامل تشویق کتابداران و کاربران کتابخانه به استفاده از سیستم جهانی ارتباطات موبایل^۱ (جی‌اس‌ام) در عملیات کتابخانه‌ای، بررسی منافع حاصل از جی‌اس‌ام در عملیات کتابخانه‌ای و یافتن مسائل و مشکلات اجتماعی تأثیرگذار بر استفاده از آن است. در این مقاله، کتابداران قائل به آن بودند که جی‌اس‌ام می‌تواند بسیاری از خدمات کتابخانه‌های را ارائه کند. به دلیل اینکه اکثریت کاربران کتابخانه دارای تلفن همراه هستند، گنجاندن آن در خدمات کتابخانه‌ای الزام است، زیرا رابطه خوبی بین کاربران و کارکنان کتابخانه ایجاد خواهد کرد و خدمات کتابخانه‌ای را بهبود و افزایش خواهد داد، و این امر خود، به جلب و حفظ کاربران کتابخانه خواهد کرد. کاریکوسکی و کیلکی (۲۰۱۳) به بررسی نقش به کارگیری خدمات ارتباطی تلفن همراه بر سرمایه اجتماعی پرداختند. نتایج ایشان نشان می‌دهد که استفاده از پیام کوتاه و تماس صوتی بر سرمایه اجتماعی میان گروهی و درون گروهی تأثیر دارد. البته نتایج نشان داد که پیام کوتاه تأثیر بیشتری بر سرمایه اجتماعی درون گروهی دارد. جاناکسو، کانگ و سانگ و کلارک^۲ (۲۰۱۵) در پژوهش خود به تأثیر استفاده از برنامه کاربردی ویچت^۳ در میان ۳۹ کتابخانه دانشگاهی در چین پرداختند. یافته‌ها نشان داد حدود یک‌سوم کتابخانه‌ها از ویچت به عنوان یک ابزار بازاریابی برای ترویج مجموعه و خدمات برای کاربران بهره برده و استفاده اصلی از ویچت در خدمات عمومی (سرویس امنیت ملی)، جستجو و به اشتراک گذاری اطلاعات، تبلیغات، خدمات برخط، پیام‌های صوتی، آی‌فون صوتی و یا حتی ویدیو، مرجع، پاسخ‌گوی اتوماتیک و تعاملات خودکار صورت گرفته است. هاداکلی و کنچاکاولی^۴ (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی استفاده از واتس‌آپ در میان محققان دانشگاه پرداختند. نتایج نشان داد اکثریت پاسخ‌دهندگان از کاربرد شبکه‌های دیگر از جمله فیس‌بوک، گوگل پلاس و یوتیوب هم آگاه هستند و از واتس‌آپ علاوه بر استفاده عمومی برای هدف‌های علمی از قبیل شرکت در بحث‌های گروهی، به اشتراک گذاشتن عکس‌ها و اطلاعات درباره کارگاه‌های آموزشی، سمینار و همایش‌ها نیز استفاده می‌کنند. پژوهش هیرماث و آناند^۵ (۲۰۱۶) نیز نشان دادند کتابخانه‌های دانشگاهی از برنامه‌های کاربردی شبکه اجتماعی در تلفن‌های هوشمند برای دریافت، به اشتراک گذاری

1. Global System for Mobile communications (GSM)
3. WeChat

2. Jianhua xu, Kang, Song & Clarke
5. Hiremath & Anand

4.. Hadagli & Kenchakkanavar

اطلاعات جهت شرکت در بحث گروهی در پژوهش‌ها، به اشتراک گذاشتن عکس‌ها، اطلاعات کارگاه‌های آموزشی، سمینارها، همایش‌ها، اطلاعیه‌ها و بخشنامه‌های مربوط به دانشگاه، اطلاع‌رسانی اخبار، حوادث، کارگاه‌ها، نمایشگاه‌ها، امکانات و برای ترویج مجموعه‌های کتابخانه استفاده می‌کند. علاوه بر این نشان داد که شبکه‌های اجتماعی به صورت تصاعدی در کتابخانه‌های دانشگاهی مورد استفاده قرار می‌گیرند. شیر و رایس (۲۰۱۷) نیز در پژوهشی که در هنگ کنگ بر ۲۴۵ آژانس املاک انجام دادند به بررسی تأثیر استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان از جمله: عملکرد شغلی، رضایت شغلی و رضایت از روابط در سازمان تأثیر دارد. همچنین نقش میانجی سرمایه اجتماعی نیز در این رابطه تأیید شد.

با نگاهی به پژوهش‌های انجام شده متوجه می‌شویم که پتانسیل زیادی در برنامه‌های کاربردی شبکه اجتماعی در تلفن هوشمند برای ایجاد محیط‌های علمی و افزایش دانش وجود دارد، مرور پژوهش‌ها خارج از کشور نشان می‌دهد که از تلفن‌های هوشمند به منظور اهدافی چون به اشتراک گذاری اطلاعات، ترویج مجموعه و خدمات برای کاربران، جستجو و به اشتراک گذاری اطلاعات، تبلیغات، خدمات آنلاین، پیام‌های صوتی، آی فون صوتی و یا حتی ویدیو، مرجع، پاسخ‌گوی اتوماتیک و تعاملات خودکار، برای هدف‌های علمی از جمله شرکت در بحث‌های گروهی، به اشتراک گذاشتن عکس‌ها و اطلاعات درباره کارگاه‌های آموزشی، سمینار و همایش‌ها استفاده می‌شود. همچنین، با توجه به تأثیری که ارتباطات و تعامل از طریق تلفن‌های هوشمند بر خلق، حفظ و تقویت شبکه‌های اجتماعی و روابط اجتماعی در درون سازمان دارد می‌تواند یک سرمایه اجتماعی قوی در سازمان ایجاد کند (روجاس، شاه و فریدلند^۱، ۲۰۱۱). استفاده از تلفن همراه به احتمال زیاد باعث افزایش روابط شبکه و در نتیجه افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود (شیر و رایس، ۲۰۱۷). استفاده از این فناوری با ایجاد هماهنگی، رابطه و پیوند اجتماعی منجر به شکل‌گیری سرمایه اجتماعی می‌شود. بدون شک، ارتباطات سیار منبع ارزشمندی برای تقویت پیوندهای بین شبکه‌های اجتماعی هستند. درحقیقت، برخی بر این باورند که پیوندهای اجتماعی از طریق این فناوری می‌تواند منجر به

1. Rojas, Shah & Friedland

ایجاد ارتباط قوی در شبکه اجتماعی و شکل‌گیری سرمایه اجتماعی شود (کمپل و کواک، ۲۰۱۰). همچنین، کیفیت بالای سرمایه اجتماعی به سازمان و شرکت کمک می‌کند تا عملکرد و رفتار پایدار کارکنان را بهبود بخشد (دانچیو^۱، ۲۰۰۶). سرمایه اجتماعی از طریق ابزارهای نوین ارتباطی، شبکه ارتباطی سازمان را تقویت می‌کند. گسترش روابط بین اعضا از طریق تلفن‌های هوشمند به افزایش سرمایه اجتماعی خواهد انجامید و زمانی که سرمایه اجتماعی افزایش یابد، مشارکت اعضا، اعتماد و هم‌بستگی افراد بهبود یافته و در نهایت به نتایج مثبت رفتاری منجر می‌شود. از این رو، این امر می‌تواند به عنوان متغیر میانجی بین استفاده کارکنان از تلفن‌های هوشمند و پیامدهای رفتاری آن‌ها نقش میانجی ایفا کند (شیر و رایس، ۲۰۱۷).

شواهد و مستندات موجود حاکی از تأثیر مثبت استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت و سرمایه اجتماعی است. بر اساس مرور مبانی نظری و تجربی پژوهش، پیش‌بینی می‌شود که استفاده از تلفن‌های هوشمند با افزایش سرمایه اجتماعی کارکنان خواهد توانست پیامدهای رفتاری مثبتی را برای سازمان به ارمغان آورد. با این حال، پژوهش‌های داخلی بیشتر بر عوامل زمینه‌ای استفاده از تلفن‌های هوشمند تمرکز داشته‌اند و پژوهشی که شامل همه روابط پژوهش حاضر باشد به چشم نمی‌خورد؛ این در حالی است که ضرورت استفاده از تلفن‌های هوشمند در کتابخانه‌ها که خاستگاه رفع نیازهای اطلاعاتی عمومی یک جامعه هستند برای هم‌فکری و اشتراک دانش ضروری احساس می‌شود. بر اساس پیشینه موردبررسی در این مقاله سعی بر این است که با شناخت ظرفیت‌های این ابزار ارتباطی در خصوص ارتقای خروجی‌های رفتاری مثبت کتابداران، زمینه برای استفاده گسترده از این قابلیت‌ها در کتابخانه‌ها به جامعه کتابداری کشور شناسانده شود. لذا، در این پژوهش تلاش شده است تا فرضیه‌های زیر مورد آزمون قرار گیرند:

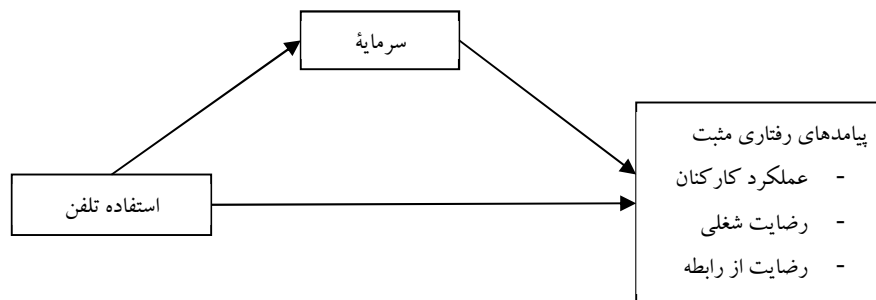
فرضیه اول: استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان تأثیر دارد.

فرضیه دوم: استفاده تلفن همراه با میانجی سرمایه اجتماعی منجر به پیامدهای رفتاری مثبت می‌شود.

1. Danchev

مدل مفهومی پژوهش

پس از مرور مستند مقالات و رساله‌های معتبر بین‌المللی و بعضاً داخلی در رابطه با پیشینه پژوهش حاضر، مدل ارائه‌شده زیر مورد استفاده قرار گرفت.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (شیر و رایس، ۲۰۱۷)

استفاده از تلفن هوشمند: به میزان استفاده کارکنان از تلفن هوشمند برای انتقال پیام در سازمان اشاره دارد (شیر و رایس، ۲۰۱۷).

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی حاصل جمع منابع بالقوه و بالفعل است که نتیجه مالکیت شبکه بادوامی از روابط نهادی شده بین افراد و به عبارت ساده، عضویت در یک گروه است (بوردیو، ۱۳۸۴: ۱۶).

پیامدهای رفتاری مثبت: به نیت رفتاری کارکنان در محل کار اشاره دارد که در این پژوهش شامل عملکرد کارکنان، رضایت شغلی و رابطه‌ای است (شیر و رایس، ۲۰۱۷).

عملکرد کارکنان: به درجه‌ای اشاره دارد که کارکنان وظایفی را انجام می‌دهند که در یک شرایط کاری مشخص به آنان واگذار شده است (سولیمان^۱، ۲۰۰۷).

رضایت شغلی: به میزان رضایت کارکنان از موقعیت شغلی و درآمد اشاره دارد (شیر و رایس، ۲۰۱۷).

رضایت رابطه‌ای: به میزان رضایت کارکنان از روابط با مدیران و همکاران در محل کار اشاره دارد (همان: ۹۶).

1. Suliman

روش‌شناسی

پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌ها کاربردی قرار دارد، و چنانچه طبقه‌بندی انواع پژوهش‌ها بر اساس ماهیت و روش مدنظر قرار گیرد، روش پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت در زمره پژوهش‌های توصیفی پیمایشی قرار دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر متشکل از کلیه کارکنان کتابخانه‌های عمومی زیرنظر سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران است. به‌طور کلی، شهرداری به‌عنوان متولی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی بخش عمده‌ای از کتابخانه‌های شهر تهران، ۱۲۰ کتابخانه عمومی با ۵۲۵۱۰ متر مربع فضای مطالعه، ۱۵۸۹۶۸۴ جلد کتاب، ۲۳۶۸۲۹ نفر عضو فعال و ۳۹۲ نفر کتابدار را تحت مدیریت خود دارد، و این کتابخانه‌ها با بیش از ۴,۰۰۰,۰۰۰ مراجعه در سال، در زمره پرمراجعه‌ترین مراکز فرهنگی شهر به‌شمار می‌آیند (وب‌سایت سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، ۱۳۹۸). به‌منظور دستیابی به حجم نمونه مناسب در این پژوهش، از روش تعیین حجم نمونه لازم برای روش مدلیابی معادلات ساختاری استفاده شده است. در روش‌شناسی مدلیابی معادلات ساختاری، تعیین حجم نمونه می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به‌ازای هر گویه در پرسش‌نامه تعیین شود. برای تعیین حجم نمونه نیز از رابطه زیر استفاده شد (هومن، ۱۳۸۴: ۲۲):

فرمول (۱)

$$5Q < n < 15Q$$

که در آن Q بر تعداد گویه‌ها (سؤالات) پرسشنامه و n بر حجم نمونه دلالت می‌کند.

$$28 \times 5 < n < 28 \times 15$$

$$140 < 200 < 420$$

با توجه به فرمول ۱ و تعداد ۲۸ سؤال پرسش‌نامه، حداقل حجم لازم برای معادلات ساختاری ۱۴۰ و حداکثر ۴۲۰ است که انتخاب ۲۰۰ نفر برای نمونه، حجم مناسبی است. بر این اساس، ۲۰۰ نفر از کارکنان کتابخانه‌های عمومی که زیرنظر سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران در حال فعالیت هستند، به‌صورت تصادفی ساده با استفاده از جدول اعداد تصادفی برای تکمیل پرسش‌نامه انتخاب شدند.

در پژوهش حاضر، درخصوص جمع‌آوری اطلاعات مربوط به تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش، به‌طور عمده از روش پیمایشی استفاده شده است. همچنین، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها

از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری آموس نسخه ۲۳ بهره برده شد. مدل‌سازی معادله ساختاری به پژوهشگر یاری می‌رساند تا الگویی نظری را که از اجزای مختلف و متنوعی تشکیل یافته است، هم به‌طور کلی و هم به‌گونه‌ای جزئی مورد آزمون و واریسی قرار دهد. جمع‌آوری داده‌ها به‌صورت نظرسنجی با استفاده از پرسش‌نامه استاندارد است که در مقاله شیر و رایس (۲۰۱۷) منتشر شد و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۷ مورد تأیید قرار گرفت. همچنین، روایی ابزار نیز از طریق روایی سازه و کسب بارهای عاملی بالای ۰/۴ برای هر گویه تأیید شد. بخش اول پرسش‌نامه شامل متغیرهای جمعیت‌شناختی (جنس، میزان تحصیلات) است و بخش دوم حاوی سؤالات مرتبط با متغیرهای پژوهش است که بر اساس مقیاس لیکرت پنج‌گزینه‌ای (نمره ۵ برای کاملاً موافقم و نمره ۱ برای کاملاً مخالفم) تهیه شد. برای گردآوری شواهد روایی ابزار پژوهش، از روایی صوری و روایی سازه استفاده شد. در نخستین مرحله از پژوهش، برای بررسی روایی صوری پرسش‌نامه در اختیار چهار نفر از استادان و خبرگان در دسترس قرار گرفت و تأکید شد که در ارزیابی کیفی روایی محتوا، موارد رعایت دستور زبان، استفاده از کلمات مناسب، اهمیت سؤالات، قرارگیری سؤالات در جای مناسب خود، زمان تکمیل ابزار طراحی شده را مدنظر قرار دهند. درنهایت، نظرات آنان به‌صورت تغییراتی جزئی در پرسش‌نامه اعمال شد.

پس از ارزیابی روایی، برای بررسی پایایی پرسش‌نامه در این پژوهش از روش همسانی درونی (ضریب آلفای کرونباخ) استفاده شد. پس از مطالعه مقدماتی (پایلوت) در یک نمونه ۲۰ نفری و بازگشت پرسش‌نامه‌ها، داده‌های جمع‌آوری شده به نرم‌افزار SPSS 21 وارد و آلفای کرونباخ آن‌ها محاسبه شد. توزیع سؤالات پرسش‌نامه و ضریب آلفای کرونباخ آن‌ها در جدول زیر بیان شده است.

جدول ۱. پایایی متغیرها

متغیر	آلفای کرونباخ
استفاده از تلفن هوشمند	۰/۹۲۵
سرمایه اجتماعی	۰/۹۴۱
پیامدهای رفتاری	۰/۹۰۵

پس از جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات لازم به وسیله پرسش‌نامه، همه آن‌ها کدگذاری شد، و ضمن طبقه‌بندی آن‌ها، آماره‌های توصیفی مربوط به داده‌ها محاسبه شده و در نهایت، به منظور تأیید یا رد فرضیات طراحی شده در پژوهش به روش علمی از آزمون‌های مناسب استفاده شد. برای تحلیل داده‌های عمومی و جمعیت‌شناختی جمع‌آوری شده از آزمودنی (جنسیت، تحصیلات) و توصیف کمی متغیرهای پژوهش آمار توصیفی شامل شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی، فراوانی و غیره و آزمون KMO برای بررسی کفایت داده‌ها برای تحلیل عاملی استفاده شد. به منظور بررسی روایی سازه ابزار تحقیق (میزان تبیین‌پذیری یا سنجش هر متغیر توسط سؤالات مربوطه) از تحلیل عاملی تأییدی بهره برده شد. سپس، با انجام تحلیل‌های ساختاری به آزمون فرضیه‌های پژوهش خواهیم پرداخت. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزار آماری آموس صورت گرفت.

یافته‌های پژوهش

بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی

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

جدول ۲. آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی

عامل	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۲۳/۵
	مرد	۷۹/۵
تحصیلات	دیپلم	۸
	فوق دیپلم	۱۲
	لیسانس	۶۷
	تحصیلات تکمیلی	۱۳
کل	۲۰۰	۱۰۰

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، کارکنان زن ۲۳/۵ درصد و کارکنان مرد ۷۹/۵ درصد نمونه را تشکیل می‌دهند. همچنین، در گروه نمونه بیشترین فراوانی مربوط به مقطع لیسانس (۶۷ درصد) و کمترین فراوانی مربوط به مقطع دیپلم (۸ درصد) است.

توصیف کمی متغیرهای پژوهش

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

جدول ۳. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

نام شاخص	میانگین	انحراف استاندارد	کشیدگی	چولگی
استفاده از تلفن هوشمند	۲/۹۱۰	۱/۰۱	-۰/۰۸۵۲	۰/۲۰۰
سرمایه اجتماعی	۲/۸۴۱	۱/۰۸	-۰/۶۱۲	۰/۲۳۱
پیامدهای رفتاری	۲/۷۲۴	۱/۲۱	-۱/۱۱۵	۰/۳۲۷

نتایج حاصل از جدول ۳ نشان می‌دهد میانگین استفاده از تلفن هوشمند (کل) برابر با ۲/۹۱ و انحراف استاندارد ۱/۰۱ است که می‌توان ادعا کرد وضعیت استفاده از تلفن هوشمند در حد متوسط است. میانگین سرمایه اجتماعی (کل) برابر با ۲/۸۴۱ و انحراف استاندارد ۱/۰۸ است که می‌توان ادعا کرد وضعیت سرمایه اجتماعی در حد متوسط است. میانگین پیامدهای رفتاری (کل) برابر با ۲/۷۲۴ و انحراف استاندارد ۱/۲۱ است که می‌توان ادعا کرد وضعیت پیامدهای رفتاری در حد متوسط است.

آزمون KMO

برای انجام تحلیل عاملی، باید از این مسئله اطمینان حاصل شود که آیا می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد یا خیر؟ و آیا تعداد داده‌های موردنظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ بدین منظور، از شاخص کی. ام. او و آزمون بارتلت استفاده می‌شود.

جدول ۴. نتایج آزمون KMO

نام شاخص	KMO	نتیجه
استفاده از تلفن هوشمند	۰/۸۵۲	توان آماری و کفایت نمونه تأیید می‌شود
سرمایه اجتماعی	۰/۸۷۱	توان آماری و کفایت نمونه تأیید می‌شود
پیامدهای رفتاری	۰/۸۴۹	توان آماری و کفایت نمونه تأیید می‌شود

نتیجه آزمون KMO در جدول ۴ نشان می‌دهد که مقدار KMO برای همه مقیاس‌ها بیشتر از ۰/۶ است. بنابراین، حجم نمونه از کفایت خوبی برای انجام تحلیل عاملی برخوردار است.

مدل اندازه‌گیری

به منظور پاسخ‌گویی به این پرسش که آیا هریک از مدل‌های اندازه‌گیری تدوین شده برای سازه‌ها حائز حداقل معیارهای علمی تعریف شده هستند یا خیر، هریک از مدل‌های اندازه‌گیری جداگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. مدل مفهومی پژوهش حاضر دارای دو متغیر است. در این مرحله، به بررسی بار عاملی حاصل از تحلیل عاملی تأییدی پرداخته شده است که مؤلفه‌هایی با بار عاملی بیشتر از ۰/۴ برای استخراج مدل نهایی مورد نظر قرار گرفته‌اند. نتایج در جدول زیر نمایش داده شده است.

جدول ۵. جدول بارهای عاملی

سازه	گویه	بار عاملی	نسبت بحرانی	سطح معنی‌داری
استفاده از تلفن هوشمند	کارکنان به منظور تسهیم و به اشتراک گذاری اطلاعات از تلفن هوشمند برای انتقال پیام استفاده می‌کنند.	۰/۸۸۰	۱۳/۳۹۹	۰/۰۰۰
	کارکنان به منظور افزایش امنیت از تلفن هوشمند برای انتقال پیام استفاده می‌کنند.	۰/۸۸۳	۱۳/۴۹۲	۰/۰۰۰
	کارکنان به منظور ارتباط در هر زمان و مکانی از تلفن هوشمند برای انتقال پیام استفاده می‌کنند.	۰/۸۹۷	۱۳/۹۵۴	۰/۰۰۰
	کارکنان به منظور افزایش ارتباطات از تلفن هوشمند برای انتقال پیام استفاده می‌کنند.	۰/۹۳۴	۱۵/۴۲۳	۰/۰۰۰
	کارکنان به منظور کاهش اختلال از تلفن هوشمند برای انتقال پیام استفاده می‌کنند.	۰/۹۳۹	۱۵/۶۱۵	۰/۰۰۰
	کارکنان به منظور کنترل زمان از تلفن هوشمند برای انتقال پیام استفاده می‌کنند.	۰/۹۲۶	۱۵/۰۸۳	۰/۰۰۰

←

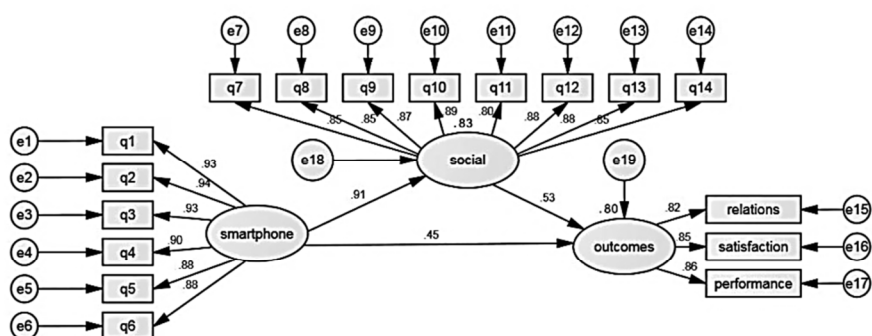


سازه	گویه	بار عاملی	نسبت بحرانی	سطح معنی‌داری
سرمایه اجتماعی	افراد زیادی در لیست مخاطبین تلفن همراه وجود دارند که می‌توانم برای حل مشکلاتم به آن‌ها اعتماد کنم.	۰/۸۵۴	۱۱/۸۰۱	۰/۰۰۰
	افرادی که توسط تلفن هوشمندم با آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنم می‌توانند مراجع شغلی خوبی برای من باشند.	۰/۸۵۴	۱۱/۸۰۲	۰/۰۰۰
	زمانی که نیاز به کمک داشته باشم توسط تلفن هوشمندم با افراد ارتباط برقرار می‌کنم.	۰/۸۶۹	۱۲/۲۰۰	۰/۰۰۰
	استفاده از تلفن هوشمند موجب می‌شود احساس کنم ارتباطات بیشتری دارم.	۰/۸۹۳	۱۲/۸۳۸	۰/۰۰۰
	استفاده از تلفن هوشمند موجب می‌شود راجع به سایر افراد کنجکاوتر شوم.	۰/۷۹۹	۱۰/۵۱۳	۰/۰۰۰
	استفاده از تلفن هوشمند موجب می‌شود به من یادآوری شود که افراد باهم در ارتباطند.	۰/۸۸۲	۱۲/۵۵۲	۰/۰۰۰
	استفاده از تلفن هوشمند موجب می‌شود کارهای جدید را تجربه کنم.	۰/۸۷۵	۱۲/۳۵۳	۰/۰۰۰
	استفاده از تلفن هوشمند موجب می‌شود به مسائل خارج از شغلم علاقه‌مند شوم.	۰/۸۴۶	۱۰/۶۳۶	۰/۰۰۰
رضایت	من از روابط با مدیر و سرپرستم رضایت دارم.	۰/۸۱۶	۱۰/۲۱۵	۰/۰۰۰
از رابطه	من از روابط با همکارانم رضایت دارم.	۰/۸۴۱	۱۰/۶۲۱	۰/۰۰۰
رضایت	من از موقعیت شغلی خود رضایت دارم.	۰/۸۵۲	۱۰/۷۵۲	۰/۰۰۰
شغلی	من از درآمد خود رضایت دارم.	۰/۸۴۲	۱۰/۶۲۸	۰/۰۰۰
عملکرد	عملکرد شغلی من با استفاده از تلفن‌های هوشمند بهبود یافته است.	۰/۸۶۲	۱۰/۸۵۵	۰/۰۰۰
شغلی	درآمد من نسبت به دیگران من با استفاده از تلفن‌های هوشمند بهبود یافته است.	۰/۸۶۶	۱۰/۸۲۳	۰/۰۰۰

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، بارهای عاملی ای که بالای ۰/۴ و در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار هستند نشان‌دهنده آن است که شاخص‌ها (متغیرهای نشانگر)، متغیرهای مفهومی را به خوبی تبیین می‌کند. همچنین، سؤالاتی که دارای بار عاملی کمتر از ۰/۴ هستند از پرسش‌نامه حذف می‌شدند.

روش مدل معادلات ساختاری (SEM)

در این پژوهش، برای بررسی و آزمون مدل مفهومی ارائه‌شده توسط پژوهشگر از روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار Amos استفاده شده است. به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، از مدلیابی معادلات ساختاری (SEM) با به‌کارگیری روش حداکثر درست‌نمایی در نرم‌افزار آموس استفاده شد و در طی همهٔ مراحل تحلیل، ماتریس کوواریانس مبنای کار قرار گرفت. شکل زیر روابط ساختاری مدل تحقیق را نشان می‌دهد.



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش به‌همراه بارهای عاملی

مقدار آر اسکور^۱ برای متغیر سرمایه اجتماعی، برابر با ۰/۸۳ و متغیر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان، برابر با ۰/۸ محاسبه شده است. این نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای استفاده از تلفن هوشمند و سرمایه اجتماعی توانسته‌اند ۸۰ درصد از تغییرات متغیر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان را پیش‌بینی کنند.

وضعیت برازش مدل پژوهش حاضر با توجه به داده‌های حاصل از نتایج نرم‌افزار آموس به شرح زیر است:

۱. R2

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل

شاخص	X2/DF	AGFI	GFI	CFI	NFI	TLI	IFI	PCFI	PNFI	PRATIO	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	>۳	>۰/۸	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۵	>۰/۵	>۰/۵	<۰/۰۸
مدل ساختاری	۲/۷۰۸	۰/۹۷۸	۰/۹۵۶	۰/۹۱۴	۰/۹۷۱	۰/۹۹۹	۰/۹۱۴	۰/۷۷۹	۰/۷۴۳	۰/۸۵۳	۰/۰۲۶

همان‌طور که در جدول ۶ مشخص است، کلیه شاخص‌های برازش مدل از وضعیت مناسبی برخوردار هستند. برای مثال، سطح معنی‌داری کای اسکور مدل از ۵ درصد بیشتر است و این نشان از آن دارد که داده‌های تجربی به‌نحو مناسبی از مدل مفهومی پژوهش حمایت می‌کنند. همچنین، مقدار ریشه میانگین مربعات خطای برآورد نیز کمتر از ۱۰ درصد است و این شاخص نیز برازش مدل را تأیید می‌کند. قابل قبول بودن سایر شاخص‌های مدل نیز در خروجی‌های نرم‌افزار دیده می‌شود.

جدول ۷. ضریب مسیر فرضیات

رابطه	ضریب استاندارد	نسبت بحرانی CR	سطح معنی‌داری	نتیجه فرضیه
استفاده از تلفن هوشمند ← پیامدهای رفتاری کارکنان	۰/۴۵	۳/۱۸۰	۰/۰۰۱	تأیید
استفاده از تلفن هوشمند ← سرمایه اجتماعی ← پیامدهای رفتاری کارکنان	۰/۴۸	-	-	تأیید

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که متغیر استفاده از تلفن هوشمند بر پیامدهای رفتاری کارکنان در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر معنی‌داری دارد (نسبت بحرانی برابر با ۳/۱۸۰ بوده، که بیشتر از ۱/۹۶ است). با توجه به اینکه این رابطه مثبت است (میزان ضریب استاندارد ۰/۴۵ است)، متغیر استفاده از تلفن هوشمند بر پیامدهای رفتاری کارکنان تأثیر متوسطی دارد.

همچنین، با توجه به تغییر ضریب مسیر بین استفاده از تلفن هوشمند و پیامدهای رفتاری کارکنان از ۰/۴۵ به ۰/۴۸، نتیجه می‌گیریم سرمایه اجتماعی در تأثیر استفاده از تلفن هوشمند بر پیامدهای رفتاری کارکنان نقش میانجی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان تلفن‌های هوشمند موجب بالا بردن سطح همکاری بین کتابداران، بالا بردن دانش آن‌ها و گسترش ارتباط با کتابداران دیگر از راه‌های دور می‌شود. در ایران درمورد تأثیر تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای کاری کتابداران پژوهش قابل توجهی مشاهده نشد و لذا به منظور پر کردن این شکاف، این پژوهش بر آن بود تا تأثیر تلفن‌های همراه هوشمند را بر ارتقای پیامدهای شغلی کتابداران و استفاده کاربردی کتابداران از آن‌ها با نقش میانجی سرمایه اجتماعی بررسی کند. طبق یافته‌های به‌دست آمده، استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان تأثیر متوسط دارد. همچنین، نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی در تأثیر استفاده از تلفن هوشمند بر پیامدهای رفتاری کارکنان نقش میانجی دارد.

همان طور که مشاهده شد، دیدگاه مدیران و کتابداران درخصوص تأثیر استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان، با توجه به رابطه معنادار، مثبت و قابل توسعه‌تر، نشان داده شده است. در کل، با توجه به نتایج استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری که در حد متوسط بوده است، پیامدهای مثبت کاری می‌تواند به کمک تلفن‌های هوشمند توسعه یابد. می‌توان گفت ابزارهای کاربردی تلفن‌های هوشمند با انتقال سریع و آسان و درعین حال در دسترس بودن، ابزاری مناسب برای توسعه عملکرد کارکنان و پاسخ‌گویی به نیازهای فوری کارکنان است. همچنین، این رابطه زمانی که شبکه روابط اجتماعی قوی در سازمان وجود دارد تقویت می‌شود.

در راستای نتایج پژوهش، یافته‌های مطالعه شیر و رایس (۲۰۱۷) نیز حاکی از تأثیر میانجی سرمایه اجتماعی بر تأثیر استفاده از تلفن هوشمند بر پیامدهای رفتاری کارکنان مشغول در خرید، فروش و مشاوره املاک است که از لحاظ روابط بین متغیرها با پژوهش حاضر همسو است. هاداکلی و کنچاکاولی (۲۰۱۵) نشان دادند محققان دانشگاه از واتس‌آپ برای شرکت در بحث‌های گروهی، به اشتراک گذاشتن عکس‌ها و اطلاعات درباره کارگاه‌های آموزشی، سمینار و همایش‌ها استفاده می‌کنند، و این یافته نیز با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد. پژوهش هیرماث و آناند (۲۰۱۶) نیز نشان داد کتابخانه‌های دانشگاهی از برنامه‌های کاربردی شبکه اجتماعی در تلفن‌های هوشمند برای دریافت، به اشتراک گذاری اطلاعات به منظور

شرکت در بحث گروهی در تحقیقات، به اشتراک گذاشتن عکس‌ها، اطلاعات کارگاه‌های آموزشی، سمینارها، همایش‌ها، اطلاعیه‌ها و بخشنامه‌های مربوط به دانشگاه، اطلاع‌رسانی اخبار، حوادث، کارگاه‌ها، نمایشگاه‌ها، امکانات و برای ترویج مجموعه‌های کتابخانه استفاده می‌کنند، که با نتایج این پژوهش همسوست. یافته‌های پژوهش آن‌ها همچنین نشان داد که برنامه‌های شبکه‌های اجتماعی در تلفن‌های هوشمند به میزانی تصاعدی در کتابخانه‌های دانشگاهی مورد استفاده قرار می‌گیرند. همچنین نتایج این پژوهش با پژوهش‌های جاناکسو، کانگ و سانگ و کلارک (۲۰۱۵) و مولوزر و بمیدل (۲۰۱۴) همخوانی دارد.

پژوهش‌های الیسون استینفیلد و لمپ (۲۰۰۷)، کمپل و کواک (۲۰۱۰) و کاریکوسکی و کیلکی (۲۰۱۳) نیز حاکی از تأثیر استفاده از تلفن‌های هوشمند و فناوری‌های نوین ارتباطی بر افزایش سرمایه اجتماعی است که این یافته همسو با نتایج پژوهش حاضر است.

یافته‌های این پژوهش نشان داد که به کارگیری برنامه‌های پیام‌رسان تلفن‌های هوشمند در بین کتابداران در حد متوسطی است. از این رو، می‌توان این چنین نتیجه گرفت که کتابداران وجود برنامه‌های پیام‌رسان را برای توسعه علمی خود مفید می‌دانند. البته انتظار می‌رود که این میزان در آینده بالاتر رود. متوسط بودن این سازه می‌تواند به دلیل ناآگاهی مدیران و کتابداران برای ارائه خدمات کتابخانه‌ها به کمک تلفن‌های هوشمند باشد. همچنین، این امر می‌تواند طرز تفکر مدیران و کتابداران در ارائه خدمات به شیوه سنتی برگردد. این نشانگر آن است که مدیران و کتابداران آن‌چنان که باید به ابزارهای تلفن‌های هوشمند به دید یک ابزار کاربردی در سازمان نگاه نمی‌کنند.

در مجموع، می‌توان نتیجه گرفت که تلفن‌های هوشمند و استفاده از آن‌ها در محیط کاری بر پیامدهای کاری کتابداران اثر بسزایی دارد. بنابراین، با توجه به نتایج به دست آمده، تلفن‌های هوشمند در تبادلات علمی، رضایت شغلی و برقراری روابط مثبت کاری در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر تهران تأثیری مثبت داشته‌اند. باید در نظر داشت که استفاده نادرست از فناوری‌های به‌روز از جمله تلفن‌های هوشمند در کتابخانه‌ها پیامدهای منفی از قبیل عدم دسترسی به موقع به منابع جدید، سنتی ماندن کتابخانه‌ها، عدم توانایی، آگاهی و پذیرش مدیران و کتابداران کتابخانه‌ها از فناوری‌های به‌روز به همراه می‌آورد و در نهایت سبب عدم کارایی کتابخانه‌ها در آینده نه‌چندان دور خواهد شد.

یافته‌های این مطالعه می‌تواند از طریق ارائه بازخورد، مورد استفاده مسئولان و کارکنان سازمان مربوطه قرار گیرد و همچنین بر غنای علمی و ادبی حیطه مورد مطالعه بیفزاید. به علاوه، به زعم محققان، پژوهش حاضر توانسته است ادعاهای مطرح شده در تحقیق را به نحو مطلوبی از طریق بررسی و تجزیه و تحلیل داده‌های استخراجی مورد آزمون قرار دهد و به نتیجه‌ای مشخص در این خصوص دست یابد.

بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، پیشنهادهای کاربردی بدین شرح ارائه می‌شود:

- با توجه به تأثیر استفاده از تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان پیشنهاد می‌شود از نرم‌افزارهای تلفن‌های هوشمند همچون سروش برای شرکت در بحث‌های گروهی بین کتابداران استفاده شود.
- اینترنت پرسرعت رایگان در کتابخانه برای استفاده کارکنان و کنترل میزان مصرف کاربران با استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت ترافیک وجود داشته باشد.
- برای استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان تلفن‌های هوشمند به منظور ارتقای هرچه بیشتر خدمات کتابخانه و آشنایی بیشتر با دیگر کارکردهای این شبکه از راهنمایی‌ها و نظرهای متخصصان نرم‌افزار استفاده شود.
- به اشتراک گذاشتن عکس‌ها و اطلاعات درباره کارگاه‌های آموزشی، سمینارها و همایش‌ها از طریق تلفن‌های هوشمند صورت گیرد.
- فناوری‌های لازم در کتابخانه‌ها مانند پنل پیامک، دستگاه بلوتوث و پیاده‌سازی شبکه بی سیم در محیط کتابخانه برای ارائه خدمات مطلوب از طریق تلفن همراه خریداری شود.
- طراحی وبسایت مناسب به عنوان بستری برای ارائه خدمات از طریق تلفن همراه طراحی شود.
- از تلفن همراه هوشمند کاربران به جای رایانه در کتابخانه‌ها (از نظر سخت‌افزاری) استفاده شود.
- با توجه به نقش میانجی سرمایه اجتماعی در رابطه بین استفاده از تلفن‌های هوشمند با پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان پیشنهاد می‌شود سطح اعتماد در بین کتابداران در استفاده از تلفن‌های هوشمند و ایجاد ارتباط نزدیک مدیران با کتابداران افزایش یابد.

- با ایجاد گروه در ابزارهایی مانند واتس‌آپ برای دریافت، به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات و نتایج پژوهش‌ها با همکاران استفاده شود.
- همچنین، بودجه مشخصی برای آموزش فناوری به کارکنان و کتابداران در نظر گرفته شده و به استخدام نیروی متخصص برای ارائه خدمات فناوری‌های نوین در کتابخانه‌ها توجه بیشتری شود.

منابع

- بزرگی، اشرف‌السادات و امینی، طاهره (۱۳۹۴). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبادلات علمی: مطالعه کتابداران دانشگاه‌های دولتی شهر تهران. *تعامل انسان و اطلاعات*، ۲(۳)، ۱۳-۲۳.
- بورديو، پیر (۱۳۸۴). شکل‌های سرمایه، ترجمه افشین خاکباز و حسین پویان، تهران: نشر فیروزه.
- سلیمی فرد، خداکرم و پوردهقان، عادل (۱۳۹۵). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به تبلیغات موبایلی، با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی فازی. *مدیریت برند*، ۳(۶)، ۱۶۰-۱۳۳.
- علوی‌فر، بی‌بی‌سکینه و شریف‌مقدم، هادی (۱۳۹۳). بررسی زمینه‌یابی ارائه خدمات کتابخانه‌ای به‌وسیله تلفن همراه در کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی. *مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۲۵(۲)، ۶۶-۴۹.
- کیانی، محمدرضا (۱۳۹۰). خدمات کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی با استفاده از فناوری تلفن همراه. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۱۳(۲)، ۲۱۵-۲۳۱.

وب‌سایت سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، قابل دسترس در <https://farhangsara.ir/>

References

- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept. *The Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Agnihotri, R., Kothandaraman, P., Kashyap, R., & Singh, R. (2012). Bringing social into sales: the impact of salespeople's social media use on service behaviors and value creation. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 32(3), 333-348.
- Agnihotri, R., Dingus, R., Hu, M.Y., & Krush, M. T. (2015). Social media: Influencing customer satisfaction in B2B sales. *Industrial Marketing Management*, 539(1), 172-180. <http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman>.
- Alavifar, B. S., & Sharif Moghaddam, H. (2014). Desirability of mobile phone technology for provision of services to users in libraries of Astan Quds. *National Studies on Librarianship and Information Organization (NASTINFO)*, 25(2), 49-66. (In Persian)
- Balkundi, P., & Kilduff, M. (2006). The ties that lead: A social network approach to leadership. *The Leadership Quarterly*, 17(4), 419-439.
- Bolino, M. C., Turnley, W. H., & Bloodgood, J. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 27(4), 505-522.

- Bozorgi, A., & Amini, T. (2015). Examining the Role of Virtual Social Networks in Scientific Exchanges of Librarians at Public Universities in Tehran. *Human Information Interaction*, 2(3), 13-23. (In Persian).
- Bourdieu, P. (2005). *Capital Forms. Collected kian Tajbakhsh* (A. Khakbaz & H Pooyan, Trans.). Tehran: Shiraz Publications. (In Persian).
- Campbell, S. W. (2015). Mobile communication and network privatism: A literature review of the implications for diverse, weak, and new ties. *Review of Communication Research*, 3, 1-21.
- Campbell, S., & Kwak, N. (2010). Mobile communication and social capital: An analysis of geographically differentiated usage patterns. *New Media & Society*, 12, 435-451. 10.1177/1461444809343307.
- Chu, S. C., & Choi, S. M. (2010) Social capital and self-presentation on social networking sites: a comparative study of Chinese and American young generations. *Chinese Journal of Communication*, 3:4, 402-420, DOI: 10.1080/17544750.2010.516575
- Cummings, A. M., & Borrelli, S. (2010). "The use of handheld mobile devices: their impact and implications for library services", *Library Hi Tech*, 28(1), 22-40. <https://doi.org/10.1108/07378831011026670>
- Danchev, A. (2006). "Social capital and sustainable behavior of the firm". *Industrial Management & Data Systems*, 106(7), 953 – 965.
- Duggan, M. (2015). Mobile Messaging and Social Media, Pew Research Center: Internet, Science & Tech (Retrieved from <http://www.pewinternet.org/mobile-messaging-and-social-media-2017/>, December (19).
- Ellison, N. B., Gibbs, J. L., & Weber, M. S. (2015). The use of enterprise social network sites for knowledge sharing in distributed organizations: The role of organizational affordances. *American Behavioral Scientist*, 59(1), 103-123.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook friends: social capital and college students' use of online social network sites. *J. Comput. Mediated Commun*, 12(4), 1143–1168.
- Enemute, I. B., Oghenero R. J., & Eghwubare, A. (2010). Mobile Phones for Library Services: Prospects for Delta State University Library, Abraka. *Library Philosophy and Practice* (e-journal). <http://www.webpages.uidaho.edu/~mbolin/iwhiwhu-ruteyan-eghwubare.htm> (accessed on 15th Jan. 2011). 16.
- Hadagali, A., & Kenchakkanavar, Y. (2015). Use of WhatsApp among the Research Scholars of Karnatak University, Dharwad: A study. *International Research. Journal of Library & Information Science*, 5(3), 548-561.
- Hampton, K. N. (2016). Persistent and pervasive community: New communication technologies and the future of community. *American Behavioral Scientist*, 60(1), 101-124.
- Hampton, K. N., Lee, C. J., & Her, E. J. (2011). How new media affords network diversity: Direct and mediated access to social capital through participation in local social settings. *new media & society*, 13(7), 1031-1049.
- Hiremath, B., & Kenchakkanavar, A. (2016). SOCIAL NETWORKING SITES IN ACADEMIC LIBRARIES: A REVIEW OF THE LITERATURE. *E-Library Science Research Journal*. 5(1), 1-6.

- Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2002). The essence of strategic leadership: Managing human and social capital. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1), 3-14.
- Jianhua, Xu., Kang, Qi. Song, Z., & Clarke, Ch. P. (2015). Applications of Mobile Social Media: WeChat among Academic Libraries in China. *The*, 41(1), 21-30.
- Karikoski, J., & Kilkki, K. (2013). Building social capital with mobile communication services. *International Journal of Electronic Finance*, 7(2). 115-131. 10.1504/IJEF.2013.057277.
- Khalid, M., & Richardson, J. V. (2011). Adoption of Web 2.0 in US Academic Libraries: A Survey of ARL Library Websites. *Program*, 45(4), 365-375.
- Kiani, M. R. (2010). Services of libraries and information centers using mobile technology. *Library and Information Sciences*, 13(2), 215-231. (In Persian)
- Kwahk, D., & Park, H. (2016). The effects of network sharing on knowledge-sharing activities and job performance in enterprise social media environments. *Computers in Human Behavior*, 55(2), 826-839.
- Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise Social Media: Definition, History, and Prospects for the Study of Social Technologies in Organizations. *J Comput-Mediat Comm*, 19(1), 1-19. doi:10.1111/jcc4.12029.
- Li, H., Gupta, A., Luo, X., & Warkentin, M. (2011). Exploring the impact of instant messaging on subjective task complexity and user satisfaction. *European Journal of Information Systems*, 20(2), 139-155.
- Mahdi, O. R., & Almsafir, K. M. (2014). The Role of Strategic Leadership in Building Sustainable Competitive Advantage in the Academic Environment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 129(1), 289-296.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266
- Omeluzor, I., & Bamidele, A. (2014). Application of social networking tools for library service delivery: the experience of librarians in Nigeria. Conference Nigeria library association, Enugu stste chapter State, at national library of Nigeria, independence layout enugua. *Annual Conference and General Meeting*, 14(1), 1-19.
- Ou, C. X., Pavlou, P. A., & Davison, R. M. (2014). Swift guanxi in online marketplaces: The role of computer-mediated communication technologies. *MIS quarterly*, 38(1), 209-230.
- Peslak, A., Ceccucci, W., & Sendall, P. (2010). "An empirical study of instant messaging (IM) behavior using theory of reasoned action, Inst. Behav". *Appl. Manage*. 11(3), 263-278
- Pi, S. M., Liu, Y. C., Chen, T. Y., & Li, S. H. (2008, January). The influence of instant messaging usage behavior on organizational communication satisfaction. In *Proceedings of the 41st Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 2008)* (pp. 449-449). IEEE.
- Putnam, R. D. (1995). 'Bowling Alone: America's Declining Social Capital'. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Prusak, L., & Cohen, D. (2001). How to invest in social capital. *Harvard business review*, 79(6), 86-93, 147.

- Rojas, H., Shah, D. V., & Friedland, L. A. (2011). A communicative approach to social capital. *Journal of Communication*, 61(4), 689-712.
- Sabbir Rahman, M. (2012). Dynamics of Consumers, Perception, demographic Characteristics and consumers' behavior towards selection of a restaurant: an exploratory study on Dhaka city consumers. *Business Strategy Series*, 13(2), 75-88.
- Salimifard, K., & Pourdehghan, A. (2016). Identifying and Ranking the Factors Affecting Attitudes toward Mobile Advertising, Using a Fuzzy Analytic Hierarchy Process Approach. *Journal of Brand Management*, 3(2), 133-160. (In Persian)
- Sheer, R., & Rice, E (2017) "Mobile instant messaging use and social capital: Direct and indirect associations with employee outcomes". In *Information & Management*, 54(1), 90-102, <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.04.001>.
- Sheer, S (2012). "Use of influence tactics for extra-role tasks: perceptions by ingroup versus outgroup members in organizations in Hong Kong, South". *Commun. J.* 77(2), 143-162
- Stelzner, M.A (2012). 2012 social media marketing industry report, Social Media Examiner, available at: <http://www.socialmediaexaminer.com/SocialMediaMarketingIndustryReport2012.pdf> (accessed 15 December 2017).
- Suliman, A. M. T. (2007). Links between Justice, Satisfaction and Performance in the Workplace: A Survey in the UAE and Arabic Context. *Journal of Management Development*, 26, 294-311.
- Vannet, B.V (2015). *Orthodontic treatment monitoring using smart phone*. 91 congress of orthodontic society. European Orthodontic Conference EOS, At Venice, 11-13.
- Vilanova, E. P., & Josa, R. T. (2003). *Social Capital as a Managerial Phenomenon*. Tampere: Tampere University of Technology.
- Yang, Y., Lu, S., & Gupta, S. (2013) An empirical investigation of mobile services' cross-category promotions, *Int. J. Mob. Commun.* 11(6), 580-596.
- Website Cultural and Art Organization of Municipality of Tehran, with accessibility <https://farhangsara.ir/>.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

محمدزاده روشتی، زیبا و قیاسی، میترا (۱۳۹۸). بررسی تأثیر استفاده تلفن‌های هوشمند بر پیامدهای رفتاری مثبت کارکنان با نقش میانجی سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان کتابخانه‌های عمومی شهر تهران). *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*. ۲۵(۴)، ۶۴۵-۶۷۱.

Mohammadzadeh Ravshti, F., & Ghiasi, M. (2020). A Study of the Impact of Smart Phones on the Employees' Positive Behavioral Outcomes with the Mediating role of Social Capital (Study Case: Staff of Tehran's Public Libraries). *Research on Information Science & Public Libraries*. 25(4), 645-671.