

نقش رسانه های اجتماعی در مدیریت منابع انسانی

حسین ناصری

دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی،

نجف آباد، ایران

Vehar.ir@gmail.com

چکیده

ظهور اینترنت و به تبع آن فن آوری شبکه های اجتماعی نقطه عطف تاریخ زندگی بشر در عصر حاضر می باشد. در این زمینه نقش و تأثیر رسانه های اجتماعی در استراتژی ها و شیوه های مدیریت منابع انسانی روز به روز در حال افزایش است. هدف اصلی این مطالعه پاسخ به این سوال اساسی است که رسانه های اجتماعی چگونه بر موفقیت و کارایی مدیریت منابع انسانی در سازمان ها تاثیرگذار هستند؟ برای پاسخ به این سوال نقش رسانه های اجتماعی در مدیریت منابع انسانی در منابع مختلف عملی مورد بررسی قرار گرفت و مشخص شد که رسانه های اجتماعی در حوزه های ارتباطات، اطلاعات و تبلیغات در سازمان ها تاثیرگذار بوده و با کارکردهای خود می توانند در جذب نیروی کار، توسعه و نگهداری کارکنان و ارتقاء رضایت شغلی آنها به ایفای نقش پردازند. نتایج نشان داد که در عصر حاضر رسانه های اجتماعی تأثیر بسزایی در کارایی و بهره وری بالاتر منابع انسانی دارند. به این معنی که هرچه میزان استفاده از شبکه های اجتماعی افزایش یابد، دسترسی به اهداف سازمان در کوتاه ترین زمان ممکن و با کم ترین هزینه میسر می شود.

کلمات کلیدی: رسانه های اجتماعی، مدیریت، منابع انسانی، اینترنت، شبکه های اجتماعی

مقدمه و بیان مسئله

با وجود افزایش اینترنت رسانه های اجتماعی فرصت کاهش هزینه و زمان را برای تعاملات در جهان رقم زد. رسانه های اجتماعی تاثیر بسزایی بر شیوه های مدیریت منابع انسانی دارند به گونه ای که به عنوان ابزار در سراسر جهان مورد استفاده قرار می گیرند.

در واقع کارکنان سازمان مهمترین دلیل کیفیت و رقابت در بین سازمان ها محسوب می شوند که با وجود رسانه های اجتماعی می توان بهره وری آنها را افزایش داد زیرا رسانه ها با قابلیت ارتباط گیری بین افراد منجر به پیشرفت در فرایندهای سازمانی می شوند.

با ظهور و گسترش رسانه های اجتماعی، نقش این پلتفرم ها در مدیریت منابع انسانی اهمیت بیشتری یافته است. رسانه های اجتماعی نه تنها به عنوان ابزارهای ارتباطی بلکه به عنوان ابزارهای مدیریتی و استراتژیک در سازمان ها به کار گرفته می شوند بلکه با توجه به تغییرات سریع فناوری و نیازهای متغیر بازار کار، استفاده از رسانه های اجتماعی در مدیریت منابع انسانی به یک ابزار حیاتی تبدیل شده است (اسمیت^۱، ۲۰۲۳).

مطالعات گذشته حاکی از آن است که پژوهشی در رابطه با تاثیرات رسانه های اجتماعی بر منابع انسانی انجام نشده است. بنابراین این مطالعه به دنبال شناسایی نقش رسانه های اجتماعی در مدیریت منابع انسانی سازمان ها است.

رسانه های اجتماعی

رسانه های اجتماعی امکانات متنوعی را به منظور تامین اهداف مختلف برای کاربران خود فراهم می آورند. این رسانه ها، وبلاگ ها، شبکه های ارتباطی اجتماعی، سایت های به اشتراک گذاری ویدئو عکس و... را در بر می گیرند که می توان آن ها را بر اساس هدف و خدماتی که ارائه می دهند به صورت زیر دسته بندی کرد:

- شبکه های اجتماعی (فیس بوک، مای اسپس، گوگل پلاس و توییتر)
- شبکه های اجتماعی حرفه ای (لینکداین)
- رسانه های به اشتراک گذاری (یوتیوب، فلیکر)
- رسانه های تولید محتوا (بلاگر، توییتر)
- رسانه های گردآورنده دانش اطلاعات (ویکی پدیا)
- واقعیت مجازی و محیط بازی (سکند لایف)

¹ Smith

رسانه‌های اجتماعی به پلتفرم‌های دیجیتالی اطلاق می‌شود که به کاربران امکان اشتراک‌گذاری محتوا، برقراری ارتباط و تعامل با یکدیگر را می‌دهند. هر کدام از این پلتفرم‌ها ویژگی‌ها و کاربردهای خاص خود را دارند که آنها را برای استفاده‌های مختلف مناسب می‌سازد (جانسون^۱، ۲۰۲۴).

شبکه‌های اجتماعی

بدون تردید اینترنت؛ یکی از تاثیرگذارترین ابداعات انسانی در قرن اخیر محسوب می‌شود. اینترنت با کارکردهای متنوع و اثربخش خود، کیفیت و کارایی جنبه‌های زندگی اجتماعی انسانی را تحت تأثیر قرار داده است. تأثیر رسانه‌های اجتماعی در استراتژی‌ها و شیوه‌های مدیریت منابع انسانی در حال افزایش است (گنجعلی خانی و هم‌تیان، ۱۴۰۱: ۱۷۴).

فیس‌بوک: یک پلتفرم اجتماعی که به کاربران امکان اشتراک‌گذاری محتوا، برقراری ارتباط با دوستان و خانواده و پیوستن به گروه‌های مختلف را می‌دهد (براون^۲، ۲۰۲۳).

اینستاگرام: یک پلتفرم تصویری که کاربران می‌توانند عکسها و ویدئوهای خود را به اشتراک بگذارند و از طریق استوری‌ها و لایوها با دیگران ارتباط برقرار کنند.

توییتر: یک پلتفرم می‌کروبلگینگ که کاربران می‌توانند توییت‌های کوتاه خود را با دیگران به اشتراک بگذارند و نظرات خود را در مورد موضوعات مختلف بیان کنند (براون، ۲۰۲۳).

وبلاگ‌ها

وردپرس: یک پلتفرم وبلاگنویسی که به کاربران امکان نوشتن و انتشار مقالات خود را می‌دهد و به آن‌ها امکان ایجاد وبسایت‌های شخصی را فراهم می‌کند.

بلاگر: یک پلتفرم ساده وبلاگنویسی که به کاربران امکان می‌دهد تا به راحتی مقالات خود را منتشر کنند و با دیگران به اشتراک بگذارند. (اسمیت، ۲۰۲۳)

ویدئوهای آنلاین:

یوتیوب: یک پلتفرم ویدئویی که کاربران می‌توانند ویدئوهای خود را بارگذاری کرده، نظرات خود را به اشتراک بگذارند و ویدئوهای دیگران را تماشا کنند (جانسون، ۲۰۲۴).

پیام‌رسان‌های فوری

واتساپ: یک پلتفرم پیام‌رسانی که کاربران می‌توانند پیام‌های متنی، صوتی و تصویری را با یکدیگر به اشتراک بگذارند.

¹ Johnson

² Brown

تلگرام: یک پلتفرم پیام‌رسانی که کاربران می‌توانند چتها، گروه‌ها و کانالهای مختلف را ایجاد و مدیریت کنند (جانسون، ۲۰۲۴).

اهمیت رسانه‌های اجتماعی رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در جامعه ایفا می‌کنند. این پلتفرم‌ها به عنوان ابزارهای ارتباطی، اطلاعاتی و تبلیغاتی عمل می‌کنند. رسانه‌های اجتماعی ارتباطات را تسهیل کرده، اطلاعات را به سرعت گسترش می‌دهند و به افراد و سازمان‌ها امکان می‌دهند تا به گستره وسیعی از مخاطبان دسترسی پیدا کنند. رسانه‌های اجتماعی در حوزه منابع انسانی، می‌توانند به بهبود فرآیندهای جذب، نگهداری و ارتقاء کارکنان کمک کنند.

اهمیت رسانه‌های اجتماعی در حوزه منابع انسانی

ارتباطات: تسهیل ارتباطات سریع و مؤثر بین کارکنان و امکان مدیریت ارتباط مستمر و به روز با همکاران و مشتریان (اسمیت، ۲۰۲۳)

اطلاعات: دسترسی به اطلاعات و اخبار به‌روز و مرتبط با صنعت (جانسون، ۲۰۲۴) و امکان به اشتراک‌گذاری دانش و تجربیات کاری (براون، ۲۰۲۳).

تبلیغات: استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای تبلیغات شغلی و جذب نیروی کار و افزایش شناخت و اعتبار سازمان در بین مخاطبان گسترده‌تر (جانسون، ۲۰۲۴).

مدیریت منابع انسانی

مدیریت منابع انسانی به فرآیندهای جذب، توسعه، نگهداری و ارتقاء نیروی کار در سازمان‌ها اطلاق می‌شود. اهداف اصلی مدیریت منابع انسانی شامل جذب نیروی کار ماهر، بهبود مهارت‌ها و توانمندی‌های کارکنان، ایجاد محیط کاری مثبت و ارتقاء رضایت شغلی است. منابع انسانی دانشی مهم‌ترین قابلیت سازمان در کسب مزیت رقابتی قلمداد می‌شود و سازمان‌ها معتقدند کارکنان اساس بهبود کیفیت و بهره‌وری فرآیندهای سازمانی هستند و منابع انسانی در سازمان‌های رسانه‌ای اهمیت دوچندانی دارد.

مدیریت عملکرد، حوزه‌ای از منابع انسانی است که می‌تواند بیشترین سهم را در بهبود عملکرد سازمان داشته باشد. هدف از راهبردهای مدیریت عملکرد، افزایش اثربخشی سازمان، افزایش بهره‌وری کارکنان و گروه‌ها و کسب سطح بالاتری از مهارت، شایستگی و افزایش تعهد و انگیزه در کارکنان است.

بخش‌های مختلف مدیریت منابع انسانی

جذب نیروی کار: استفاده از روشهای مختلف جذب نیروی کار ماهر و با تجربه و ایجاد راهبردهای جذب که به نیازهای سازمان و

بازار کار پاسخ دهد (اسمیت، ۲۰۲۳).

توسعه کارکنان: برنامه‌های آموزشی و توسعه مهارت‌های کارکنان فرصت‌های رشد و ارتقاء شغلی برای کارکنان (جانسون، ۲۰۲۴؛ براون، ۲۰۲۳).

نگهداری کارکنان: ایجاد محیط کاری مثبت و انگیزه بخش و فراهم کردن مزایا و تسهیلات مناسب برای کارکنان.

ارتقاء رضایت شغلی: ایجاد تعادل بین کار و زندگی کارکنان و مدیریت تعارضات و ایجاد فرهنگ سازمانی مثبت (اسمیت، ۲۰۲۳).

رابطه رسانه‌های اجتماعی با مدیریت منابع انسانی

در دنیای امروز رسانه‌های اجتماعی به ابزاری حیاتی برای مدیریت منابع انسانی^۱ در بسیاری از نقاط جهان تبدیل شده‌اند به گونه‌ای که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در مدیریت منابع انسانی فرصت‌های متعددی را ایجاد کرده است. این پلتفرم‌ها می‌توانند به جذب نیروی کار ماهر، بهبود ارتباطات داخلی و ارتقاء برند کارفرما کمک کنند.

رسانه‌های اجتماعی همچنین به سازمان‌ها امکان می‌دهند تا به طیف وسیعی از متقاضیان دسترسی پیدا کنند و فرآیند جذب را سریع‌تر و کارآمدتر کنند (اسمیت، ۲۰۲۳). از طرف دیگر این پلتفرم‌ها به کارکنان امکان می‌دهند تا به راحتی با همکاران و مدیران ارشد در ارتباط باشند.

رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری استراتژیک در مدیریت منابع انسانی می‌توانند به بهبود فرآیندهای جذب و نگهداری نیروی کار کمک کنند. این پلتفرم‌ها امکان ایجاد برند کارفرما، تبلیغ فرصت‌های شغلی و ارتباط مستقیم با متقاضیان را فراهم می‌کنند (جانسون، ۲۰۲۴). به طور خلاصه می‌توان نقش رسانه‌های اجتماعی در مدیریت سرمایه انسانی را به شرح زیر بیان کرد:

جذب نیروی کار: استفاده از رسانه‌های اجتماعی در جهت تبلیغ فرصت‌های شغلی و جذب متقاضیان مناسب، همچنین ایجاد برند کارفرما و افزایش جذابیت سازمان برای نیروی کار تاثیر گذار است (اسمیت، ۲۰۲۳).

نگهداشت نیروی کار: استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای ارتقاء ارتباطات داخلی سازمان (جانسون، ۲۰۲۴) و ایجاد محیط کاری حمایتی و انگیزه‌بخش بسیار موثر است (براون، ۲۰۲۳).

¹ HRM

ارتقاء انگیزه کارکنان: رسانه های اجتماعی به اشتراک گذاری موفقیت ها و تجربیات کاری و ایجاد فرصت های ارتباطی و تعامل بین کارکنان و مدیریت کمک شایانی می نماید(اسمیت، ۲۰۲۳).

با این حال، جوامع آسیایی رسانه های اجتماعی را برای مدیریت منابع انسانی با نرخ کمتری نسبت به فرهنگ های غربی- که بازتر هستند- اتخاذ کرده اند، که منجر به راحتی بیشتر با استفاده از رسانه های اجتماعی برای تعاملات حرفه ای، حتی با مافوق می شود.

پرکارترین کشورها از نظر انتشار عبارتند از: هند، چین، مالزی، اندونزی، عربستان سعودی، پاکستان، تایوان، کره جنوبی، تایلند و امارات این مطالعه خوشه های تحقیقاتی قابل توجهی را شناسایی می کند و مشکلاتی را که هنگام پیاده سازی فناوری های رسانه های اجتماعی در مدیریت منابع انسانی در یک زمینه آسیایی با آن مواجه می شوند، مورد بحث قرار می دهد.

تحقیقات آکادمیک نشان می دهد که استخدام کنندگان اکنون از بسترهای مختلفی برای ارزیابی نامزدهای استخدامی استفاده می کنند. این روند با محبوبیت فزاینده پلتفرم های رسانه های اجتماعی در استخدام و شیوه های انجام آن همراه است به نحوی که روش های شناسایی فرصت های جدید و جستجوی افراد واجد شرایط را دگرگون کرده است.

رسانه های اجتماعی در ابتدا برای استعدادیابی و استخدام استفاده می شد، با این حال امروزه استفاده از آن فراتر از آن گسترش یافته است. امروزه دپارتمان های منابع انسانی از رسانه های اجتماعی برای کارکردهای مختلف از جمله استعدادیابی، انتخاب، ارتباطات داخلی، آموزش، حضور در هیئت مدیره و جلسات کاری و همچنین تیم سازی استفاده می کنند.

جمع بندی و نتیجه گیری

منابع انسانی در سازمان ها نقشی همچون روح آدمی در بدن دارند. بنابراین برای به رسیدن به اهداف سازمان نگاه ویژه ای به منابع انسانی باید داشت. به طور کلی با توجه به گسترش و کاربرد شبکه های مجازی در تمامی ابعاد زندگی انسان می توان گفت؛ شبکه های اجتماعی در مدیریت منابع انسانی نیز تاثیر بسزا و چشم گیری دارند. نقش کلیدی شبکه های اجتماعی در مدیریت منابع انسانی روز به روز پررنگ تر و بیشتر می شود.

با توجه به دنیای اطلاعات و فن آوری های امروزی که از آن به عصر تغییر نیز یاد می شود، ضرورت دارد مدیران منابع انسانی از ظرفیت کم هزینه و پرسرعت شبکه های اجتماعی نهایت استفاده را ببرند. مدیران ارشد سازمان به خصوص مدیران منابع انسانی بایستی سیاست گذاری و برنامه ریزی های کلان را حول شبکه های اجتماعی انجام دهند.

به طور کلی می توان اذعان داشت ، رسانه های اجتماعی بر مدیریت منابع انسانی تاثیر گذار است و در این برهه از زمان سازمانی در مدیریت منابع انسانی موفق می باشد که ارتباط علمی و دقیقی بین رسانه های اجتماعی و منابع انسانی خود برقرار کند .

ضروری است در پژوهش های آتی، نقش و تاثیر رسانه های اجتماعی در مدیریت منابع انسانی مورد بررسی دقیق تر قرار گیرد تا موانع ارتباطی این دو مهم مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند و بدین وسیله سازمان های ایرانی مثل کشورهای پیشرفته بتوانند از ظرفیت شبکه های اجتماعی به درستی استفاده کنند.

منابع

گنجعلی خانی، علی و هادی همتیان.(۱۴۰۱) تأثیر شبکه های اجتماعی بر جهانی شدن مدیریت منابع انسانی. پژوهش های علوم مدیریت سال چهارم، شماره ۱۰، بهار ۱۴۰۱: ۱۷۹ - ۱۷۴.

Smith, John. (2023). Social Media and Human Resource Management. New York: McGraw-Hill Education .

Johnson, Emily. (2024). The Role of Social Media in Enhancing Employee Engagement. Journal of Human Resource Management, 60(2), 45-67. 3

Brown, David. (2023). Opportunities and Challenges of Social Media in Human Resource Management. International Conference on Human Resource Management, London.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

The Role of Social Media in Human Resource Management

Hossein Naseri

PhD student in media management, Department of Management,
Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran
Vehar.ir@gmail.com

Abstract

The emergence of the internet and subsequent proliferation of social media technologies represent a pivotal turning point in human history. This study examines the evolving role of social media in shaping human resource management (HRM) strategies and practices. Focusing on the question of how social media influences HRM effectiveness, the research analyzes its operational applications across communication, information dissemination, and organizational branding. Findings reveal that social media platforms enhance HRM functions through talent acquisition, employee retention, and job satisfaction improvement, thereby elevating organizational efficiency and productivity. The analysis underscores that increased social media utilization correlates with accelerated achievement of organizational objectives at reduced costs.

Keywords: Social media, Human resource management, Internet, Communication networks, Organizational efficiency