

Research Paper

**The Impact of Social Media on the Environmental Performance of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): Investigating the Mediating Role of Cultural Capital and Social Capital**

**Saeed Barkhordari<sup>1</sup>, Hassan Dehghan Dehnavi<sup>2</sup>, Davood Andalibardakani<sup>3</sup>**

1. Department of Media Management , Ya.C., Islamic Azad University, Yazd, Iran
2. Department of Industrial Management, Ya.C., Islamic Azad University, Yazd, Iran
3. Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran

**ARTICLE INFO**

PP: 144-164

Use your device to scan and read  
the article online



**Keywords:**

*Social networks,  
environmental  
performance, cultural  
capital, social capital*

**Abstract**

The purpose of this study is to investigate the effect of social networks on environmental performance with the mediating role of cultural capital and social capital. The research method used is applied research in terms of purpose and descriptive correlational research in terms of data collection method. The statistical population of the study is small and medium-sized companies in Yazd province, which number 892 companies. The statistical sample was determined to be 290 companies. In order to collect data and analyze information, a questionnaire was used. In this study, questionnaires on social networks, environmental performance, cultural capital, and social capital were used. Face validity was used to measure the validity of the questionnaire, and Cronbach's alpha coefficient and composite reliability were used for reliability. Structural equation modeling approach was used to test the hypotheses. The results of examining the research hypotheses showed that social networks, cultural capital, and social capital have a positive and significant effect on the environmental performance of companies. The positive effect of social networks on cultural capital and social capital was proven. The mediating role of cultural capital and social capital in the relationship between social networks and environmental performance was also confirmed.

**Citation:** Barkhordari, S., Dehghan Dehnavi, H. and Andalibardakani, D. (2025). **The Impact of Social Media on the Environmental Performance of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): Investigating the Mediating Role of Cultural Capital and Social Capital.** *Geography (Regional Planning)*, 15(59), 144-164

**DOI:** [10.22034/jgeoq.2025.517069.4269](https://doi.org/10.22034/jgeoq.2025.517069.4269)

\* **Corresponding author:** Hassan Dehghan Dehnavi, **Email:** [denavi2000@iau.ac.ir](mailto:denavi2000@iau.ac.ir)

Copyright © 2024 The Authors. Published by Qeshm Institute. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## Extended Abstract

### Introduction

The uncontrolled growth of population, the development of urbanization, the emergence of new technologies and changes in consumption habits and patterns on the one hand and the limitations of the use of natural resources on the other hand, in addition to creating various complex problems in the quality of human life, have caused various environmental and social incompatibilities. On the other hand, given that the relationship between the environment and sustainable development is a reciprocal and two-way relationship, the environment, as one of the main pillars of sustainable development, can be a factor in achieving or not achieving it. Therefore, paying attention to environmental protection programs in organizations has become essential. One of these essentials can be paying attention to environmental performance in organizations. Environmental performance is the results of managing the environmental aspects of an organization. In other words, environmental performance is the set of company operations that are in sync and compatible with the environment, and this performance is mainly measured through criteria and scales determined by relevant institutions and agencies, both national and international.

### Methodology

The research method used is applied research in terms of purpose and descriptive correlational research in terms of data collection method. The statistical population of the study is small and medium-sized companies in Yazd province, which number 892 companies. The statistical sample was determined to be 290 companies. A questionnaire was used to collect data and information for analysis. In this study, questionnaires on social networks, environmental performance, cultural capital, and social capital were used. Face validity was used to measure the validity of the questionnaire, and Cronbach's alpha coefficient and composite reliability were used for reliability. The structural equation modeling approach was used to test the hypotheses.

### Results and discussion

This study aimed to investigate the effect of social networks on environmental performance with the mediating role of cultural capital and social

capital. The first hypothesis examines the effect of social networks on environmental performance. The result of this hypothesis showed that the social networks variable with a path coefficient of 458/ and a significance number of 10.93 has a positive and significant effect on environmental performance. As a result, the first hypothesis is confirmed. This result is consistent with the findings of the research of Hajizadeh Maimandi and Falakuddin (2017), Lee et al. (2020). Therefore, it is necessary for relevant policymakers to pay more attention to the discussion of social networks because in this way they can both educate and increase the knowledge of individuals regarding environmental issues. The second hypothesis examines the effect of social networks on cultural capital. The result of this hypothesis showed that the social networks variable with a path coefficient of 493/ and a significance number of 9.07 has a positive and significant effect on cultural capital. As a result, the second hypothesis is confirmed. This result is consistent with the findings of the research of Mohebi and Kia (2019), Rezaian and Idrisi (2018). Based on the results obtained, it is suggested to increase the cultural capital of employees by increasing their education, reading books, participating in cultural affairs, and attending conferences. The third hypothesis examines the effect of social networks on social capital. The result of this hypothesis showed that the social networks variable has a positive and significant effect on social capital with a path coefficient of 452/ and a significance level of 6.73. As a result, the third hypothesis is confirmed. This result is consistent with the findings of the research of Mortazavi Oskoui et al. (2014). Therefore, it is suggested to provide the basis for increasing social capital by creating appropriate groups in social networks and also voluntary groups. Therefore, creating a community in the organization and active participation in that field will provide the basis for strengthening trust between individuals, which will result in increasing social capital. The fourth hypothesis examines the effect of cultural capital on environmental performance. The result of this hypothesis showed that the cultural capital variable has a positive and significant effect on environmental performance with a path coefficient of 371/ and a significance number of 39.7. As a result, the fourth hypothesis is confirmed. This result is consistent with the findings of the research of Gholami et al. (2010), Hajizadeh Meimandi and Falak-al-Din (2017),

and Vaghefi and Haqiqitian (2014). Considering the effect of cultural capital on environmental performance, it is necessary to develop green culture in the organization by creating appropriate cultural infrastructures and programs and to increase cultural capital by creating a culture and teaching the principles of sustainable environmental development. The fifth hypothesis examines the effect of social capital on environmental performance. The result of this hypothesis showed that the social capital variable has a positive and significant effect on environmental performance with a path coefficient of 221/. and a significance number of 4.62. As a result, the fifth hypothesis is confirmed. This result is consistent with the findings of Rajabpour (2010), Zhang et al. (2020). Therefore, in order to increase social capital in order to increase environmental performance, it is suggested that they pay more attention to the dimensions of social capital and have more interactions and communications with their customers and suppliers. The sixth hypothesis examines the mediating role of cultural capital between social networks and environmental performance. The path coefficient is 183/. and the significance number is 16.6, indicating that this relationship is significant. As a result, the mediating role of cultural capital between social networks and environmental performance is confirmed. The seventh hypothesis examines the mediating role of social capital between social networks and environmental performance. The path is 101/. and the significance number is 4.50, indicating that this relationship is significant. As a result, the mediating role of social capital between social networks and environmental performance is confirmed. This result is consistent with the findings of Rajabpour (2010), Zhang et al.

## References

1. Akbari-Tabar, A. A. (2013). A study on the effects of virtual social networks on lifestyle and leisure time of youth (pp. 11-17). [In Persian]
2. Hajizadeh-Meymandi, M., & Falakodin, Z. (2017). Investigating socio-cultural factors affecting responsible environmental behaviors: Case study of Khorramabad citizens. *Social Development*, 12(1), 7-36. [In Persian]
3. Hajizadeh-Meymandi, M., Siyar-Khalaj, H., & Shokuhi-Far, K. (2014). Cultural factors related to environmental behaviors: Case study of Yazd city. *Journal of Socio-*
- (2020). The sixth and seventh hypotheses emphasize the importance of cultural capital and social capital in the relationship between social networks and environmental performance. Therefore, given the importance of social capital and cultural capital in promoting the relationship between social networks and environmental performance, it is suggested that companies implement their actions and plans to increase environmental performance by emphasizing educational, artistic and cultural activities, as well as relationships based on trust and respect.

## Conclusion

The results of the study's hypotheses showed that social networks, cultural capital, and social capital have a positive and significant effect on the environmental performance of companies. The positive effect of social networks on cultural capital and social capital was proven. The mediating role of cultural capital and social capital in the relationship between social networks and environmental performance was also confirmed.

## Funding

There is no funding support.

## Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

## Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

## Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

*Cultural Development Studies*, 3(3), 9-32. [In Persian]

4. Salehi-Amiri, S. R. (2007). Cultural concepts and theories. *Qoqnoos Publications*. [In Persian]
5. Amirpour, M., & Gharivani, M. (2013). The impact of social networks on youth lifestyle. *North Khorasan Police Knowledge Quarterly*, 23-29. [In Persian]
6. Dabiri, F., & Vahed-Navardan, A. (2011). Media and the development of environmental law. *Media Studies*, 6(13). [In Persian]
7. Rajabpour, E. (2020). Green human resource management and employees' eco-


- friendly behavior with emphasis on social capital. *Social Capital Management*, 7(3), 345-371. [In Persian]
8. Rahmani-Zadeh, S. A. (2010). The function of virtual social networks in the era of globalization. *Strategic Studies of Globalization*, 1(1). [In Persian]
  9. Rezaeian, A., & Edrisi, A. (2018). The impact of social networks on Generation Z lifestyle. *Intercultural Studies Quarterly*, 13(34), 9-36. [In Persian]
  10. Rostami, M., et al. (2016). The impact of social networks on culture and religious beliefs: Case study of Isfahan province users. *Social Sciences Quarterly*, 11(2), 45-72. [In Persian]
  11. Gholami, A., et al. (2020). Cultural capital and environmental behaviors: Case study of Sari city. *Social Research Quarterly*, 12(48). [In Persian]
  12. Faramarziani, S., et al. (2016). The role of mobile social networks on social values: Case study of youth and middle-aged people in five provinces. *Communication Research*, 23(3), 113-135. [In Persian]
  13. Ghalami, Z., & Shoja, A. (2018). Comparing mental health, lifestyle and religious identity between active and normal social network users: Case study of Allameh Tabataba'i University students. *Communication Research*, 25(4), 135-160. [In Persian]
  - 14.
  15. Mohammadi, H., & Kia, A. (2020). Social networks and cultural changes among Tehran university students based on Inglehart's material/postmaterial values. *Culture-Communication Studies*, 21(51), 63-90. [In Persian]
  16. Morteza-Skoyi, S. B., et al. (2014). The impact of virtual social networks on students' social capital: Case study of Science and Research Branch students. *Cultural Management Journal*, 8(23). [In Persian]
  17. Vaghefi, E., & Haghghatian, M. (2014). The impact of cultural capital on environmental behaviors with urban sustainable development approach: Case study of Shiraz city. *Urban Economics and Management Quarterly*, 8. [In Persian]
  18. Ağan, Y., Kuzey, C., Acar, M. F., & Açıkgöz, A. (2016). The relationships between corporate social responsibility, environmental supplier development, and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 112, 1872-1881
  19. Anthony Jr, B. (2019). Green information system integration for environmental performance in organizations: An extension of belief-action-outcome framework and natural resource-based view theory. *Benchmarking: An International Journal*.
  20. Aparicio-Martínez, P., Ruiz-Rubio, M., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D., & Vaquero-Abellán, M. (2020). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46, 101304
  21. Aldrich, D. P., & Meyer, M. A. (2015). Social capital and community resilience. *The American Behavioral Scientist*, 59(2), 254-269.
  22. Aggarwal, C.C. (2011). *Social Network Data Analytics*. Springer Science Business Media, LLC, 1-14.
  23. Bashir, H. & Bhat, S.A. (2017). Effects of Social Media on Mental Health: A Review. *International Journal of Indian Psychology*, 4 (3), 125-131.
  24. Breinholt, A., & Jæger, M. M. (2020). How does cultural capital affect educational performance: Signals or skills?, *The British Journal of Sociology*, 71(1), 28-46.
  25. Bourdieu, P. (1996). *The state nobility*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
  26. Bourdieu, P. (1986). *The Form of Capital*, pp. 241 -58 in J. G. Richardson (ed), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, New York.
  27. Cohen, R., Newton-John, T., Slater, A. (2018). 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Comput Hum Behav* 79, 68-74.
  28. Davies, S., & Rizk, J. (2017). The three generations of cultural capital research: A narrative review. *Review of Educational Research*, 88(3), 331-365.
  29. Dalziel, Poul & Caroline Saunders. (2009). *Sustainable Development and Cultural Capital*, Official Statistics Research Series, 5.
  30. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error". *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50
  31. Gelderman, C. J., Semeijn, J., & Mertschuweit, P. P. (2016). The impact of social capital and technological uncertainty on strategic performance: The supplier perspective. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 22(3), 225-234.

32. Gong, Z., Wang, H., Guo, W., Gong, Z., & Wei, G. (2020). Measuring trust in social networks based on linear uncertainty theory. *Information Sciences*, 508, 154-172.
33. Inkpen, A. C., & Tsang, E. W. (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer. *Academy of management review*, 30(1), 146-165.
34. Kawachi, I. (2001). Social capital for health and human development. *Development*, 44(1), 31-35.
35. Kim, Y. J., Kim, W. G., Choi, H. M., & Phetvaroon, K. (2019). The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 83–93.
36. Kwon, S. W., & Adler, P. S. (2014). Social capital: Maturation of a field of research. *Academy of Management Review*, 39(4), 412–422.
37. Li, Y., Dai, J., & Cui, L. (2020). The impact of digital technologies on economic and environmental performance in the context of industry 4.0: A moderated mediation model. *International Journal of Production Economics*, 229, 107777.
38. Lin, N. (2017). Building a network theory of social capital. In *Social capital*, 3–28. Routledge.
39. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and theorganizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
40. Putnam, R.D. (1993). The prosperous community: social capital and public life , *The American Prospect*, 4(13), 35-42.
41. Rötzel, P. G., Stehle, A., Pedell, B., & Hummel, K. (2019). Integrating environmental management control systems to translate environmental strategy into managerial performance. *Journal of Accounting & Organizational Change*.
42. Roscoe, S., Subramanian, N., Jabbour, C. J., & Chong, T. (2019). Green human resource management and the enablers of green organisational culture: Enhancing a firm's environmental performance for sustainable development. *Business Strategy and the Environment*, 28(5), 737-749.
43. Rehman, S. U., Bhatti, A., Kraus, S., & Ferreira, J. J. (2020). The role of environmental management control systems for ecological sustainability and sustainable performance. *Management Decision*.
44. Singh, S. K., Mazzucchelli, A., Vessal, S. R., & Solidoro, A. (2021). Knowledge-based HRM practices and innovation performance: Role of social capital and knowledge sharing. *Journal of International Management*, 27(1), 100830.
45. Salgur, S. (2016). How Does Use of Social Networking Affect Family Communication of Teenagers? *Euromentor Journal Studies about Education*, 7(1), 21-32.
46. Severo, E. A., Guimarães, J. C. F. D., Dellarmelin, M. L., & Ribeiro, R. P. (2019). The influence of social networks on environmental awareness and the social responsibility of generations. *BBR. Brazilian Business Review*, 16, 500-518.
47. Simon, J., & Ainsworth, J. W. (2012). Race and socioeconomic status differences in study abroad participation: The role of habitus, social networks, and cultural capital. *International Scholarly Research Notices*.
48. Sirola, A., Kaakinen, M., Savolainen, I., & Oksanen, A. (2019). Loneliness and online gambling-community participation of young social media users. *Computers in Human Behavior*, 95, 136-145.
49. Sueb, M., & Kerat, M. N. I. (2012). Relasi Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14001 dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Dinamika Manajemen (Journal of Management Dynamics)*, 3(1).
50. Wei, Y., Bergiel, B., & Song, L. (2019). Effects of parental cultural capital on purchase intention of cognac. *International Journal of Wine Business Research*.
51. White, J., White, J., Aragon, S. & Pascale, A. (2019). Collegiate Cultural Capital and Integration into the College Community.
52. Yang, D., & Xiao, T. (2017). Pricing and green level decisions of a green supply chain with governmental interventions under fuzzy uncertainties. *Journal of Cleaner Production*, 149, 1174-1187.
53. Zhang, Q., Pan, J., Jiang, Y., & Feng, T. (2020). The impact of green supplier integration on firm performance: The mediating role of social capital accumulation. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 26(2), 100579
54. Zhu, Q., Sarkis, J., Cordeiro, J. J., & Lai, K. H. (2008) . Firm-level correlates of emergent green supply chain management practices in the Chinese context. *Omega*, 36(4), 577-591.

مقاله پژوهشی

## تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد زیست محیطی شرکت‌های کوچک و متوسط: بررسی نقش میانجی سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی

سعید برخوردار - گروه مدیریت رسانه، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران  
حسن دهقان دهنوی\* - گروه مدیریت صنعتی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران  
داود عندلیب اردکانی - دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>شماره صفحات: ۱۶۴-۱۴۴</p> <p>از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید</p> 	<p>هدف از این پژوهش بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد زیست محیطی با نقش میانجی سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی است. روش پژوهش به کار گرفته شده به لحاظ هدف جزء پژوهش‌های کاربردی بوده و به لحاظ شیوه جمع‌آوری اطلاعات جزء پژوهش‌های توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های کوچک و متوسط استان یزد است که تعداد آنان ۸۹۲ شرکت می‌باشد. نمونه آماری نیز تعداد ۲۹۰ شرکت تعیین شد. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه استفاده گردیده است. در این پژوهش از پرسشنامه‌های شبکه‌های اجتماعی، عملکرد زیست محیطی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی استفاده شده است. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی صوری و برای پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. جهت آزمون فرضیه‌ها از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌های پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زیست محیطی شرکت‌ها دارند. تأثیر مثبت شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی اثبات شد. همچنین نقش میانجی سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی در رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی تایید شد.</p>

**استناد:** برخوردار، سعید، دهقان دهنوی، حسن و عندلیب اردکانی، داود. (۱۴۰۴). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد زیست محیطی شرکت‌های کوچک و متوسط: بررسی نقش میانجی سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی. فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)، ۱۵(۵۹)، ۱۶۴-۱۴۴

DOI: 10.22034/jgeoq.2025.517069.4269

## مقدمه

رشد بی‌رویه جمعیت، توسعه شهرنشینی، ظهور فناوری‌های جدید و تغییر در عادات و الگوهای مصرف از یک سو و محدودیت‌های استفاده از منابع طبیعی از سوی دیگر، علاوه بر بوجود آوردن انواع معضلات پیچیده در کیفیت زندگی انسان، موجب بروز انواع ناسازگاری‌های زیست محیطی و اجتماعی شده است. از طرفی، با توجه به این که ارتباط محیط زیست با توسعه پایدار ارتباطی متقابل و دو سویه می‌باشد، محیط زیست به عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار، می‌تواند عاملی برای دستیابی یا عدم دستیابی به آن باشد. از این رو توجه به برنامه‌های حفاظت از محیط زیست در سازمان‌ها به امری ضروری تبدیل شده است. یکی از این موارد ضروری می‌تواند توجه به عملکرد زیست محیطی در سازمان‌ها باشد. عملکرد زیست محیطی عبارت است از نتایج مدیریت جنبه‌های زیست محیطی یک سازمان. به عبارتی عملکرد زیست محیطی یعنی مجموعه عملیات شرکت که همگام و سازگار با محیط زیست بوده و این عملکرد عمدتاً از طریق معیارها و مقیاس‌های تعیین شده توسط نهادها و آژانس‌های مربوطه، اعم از کشوری و بین‌المللی اندازه‌گیری می‌شود (سوئب و کراف<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). در حال حاضر، سازمان‌ها از سوی کاربران نهایی، جامعه، رقبای تنظیم‌کننده، انجمن‌های دولتی و غیردولتی برای اتخاذ شیوه‌های شرکتی پایدار تحت فشار هستند. از این رو، ایجاد تعادل بین عملکرد اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی یک موضوع مدیریتی و حیاتی است (آنتونی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). به طور کلی با افزایش آگاهی از مسئولیت زیست محیطی، شرکت‌ها قصد دارند نه تنها عملکرد مالی، بلکه عملکرد زیست محیطی خود را نیز بهبود بخشند (روتزل<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). شبکه‌های اجتماعی از مواردی است که تاثیر زیادی بر سبک زندگی، باورها و رفتارهای افراد دارد. استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارای تاثیرات اجتماعی گسترده‌ای است و زندگی افراد را در سراسر جهان کاملاً تحت تاثیر قرار می‌دهد (قلمی و شجاع، ۱۳۹۷). شبکه‌های اجتماعی نوعی معماری روابط هستند که تعامل و ارتباط بین اعضا را در نظر می‌گیرند. در شبکه‌های اجتماعی روابط بین فردی پیچیده‌ای وجود دارد (گانگ<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). شبکه‌های اجتماعی با برنامه‌های آموزشی که می‌توانند داشته باشند افراد اجتماع را به سمت رفتارهای زیست محیطی مسئولانه سوق می‌دهند (حاجی‌زاده میمندی و فلک‌الدین، ۱۳۹۶). شبکه‌های اجتماعی مصرف‌کنندگان را در مورد مسائل زیست محیطی آگاه می‌کند و شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا ضمن افزایش تولید محصولات سبز، سیاست‌های پایداری را اتخاذ کنند (یانگ و شیائو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷). با توجه به اهمیت محیط زیست و توسعه پایدار، پرداختن به مسائل زیست محیطی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این زمینه بررسی ارتباط میان شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی از ضروریات است که می‌تواند نقش مهمی در توسعه عملکرد زیست محیطی داشته باشد. با این حال، اما هنوز پذیرش کمی از سوی کسب و کارهای کوچک و متوسط در این زمینه صورت گرفته است.

در سوی دیگر طبق مطالعات انجام شده، فرهنگ عامل اصلی و به معنای موتور توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست است. امروزه مسائل زیست محیطی عمیقاً دارای مفهوم اجتماعی‌اند و در کل مسائل زیست محیطی ریشه فرهنگی دارند و به منظور پذیرش بافت‌های فرهنگی یک جامعه بایستی به صورت ساختاری با موضوع برخورد نمود. به عبارتی عوامل فرهنگی و اجتماعی نقش موثری بر نحوه رفتارهای زیست محیطی دارد (غلامی و همکاران، ۱۳۹۹). سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی از عواملی هستند که بر عملکرد و توسعه پایدار زیست محیطی تاثیر دارند. تحقیقات نشان می‌دهد که سرمایه فرهنگی نقش مهمی در سبک زندگی دارد و افراد با سرمایه فرهنگی مختلف، الگوهای مصرف متفاوتی اتخاذ می‌کنند (وی<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). سرمایه فرهنگی به معنای ثروت ارزش‌های فرهنگی ذاتی در یک دارایی است که به نوبه خود می‌تواند به مرور زمان به کالاها و خدمات منجر شود (وایت<sup>۷</sup>

<sup>1</sup> Sueb, & Keraf

<sup>2</sup> Anthony

<sup>3</sup> Rötzel

<sup>4</sup> Gong

<sup>5</sup> Yang & Xiao

<sup>6</sup> wei

<sup>7</sup> White

و همکاران، ۲۰۱۹). علاوه بر این رفتار زیست محیطی کارکنان می‌تواند تحت تاثیر سرمایه اجتماعی قرار گیرد (ژانگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). امروزه به دلیل اهمیت رفتارهای زیست محیطی و همچنین برای افزایش عملکرد زیست محیطی، لازم است تا سازمان‌ها توجه بیشتری بر سرمایه اجتماعی داشته باشند (رجب‌پور، ۱۳۹۹). در سوی دیگر، در مسأله محیط زیست رفتارهای ناپه‌نجان در ارتباط با محیط زیست به علت ناآشنایی با فرهنگ شهرنشینی و عدم درک درست از اوضاع زیست محیطی حاکم بر جامعه و وضعیت اعتقادات فرهنگی مردم می‌باشد زیرا مردم فرهنگ استفاده از منابع طبیعی و امکانات زیست محیطی و فرهنگ زیستن همراه با همزیستی با طبیعت را نیاموخته‌اند و یا به درستی آنرا درونی نکرده‌اند (حاجی‌زاده میمندی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین رسیدن به توسعه پایدار در سایه توسعه فرهنگ عمومی امکان‌پذیر است. با همکاری رسانه‌ها شاهد ارتقای سطح فرهنگ عمومی مردم خواهیم بود تا نتایج مطلوب بدست آورده و به سمت حفاظت از محیط زیست با رویکرد توسعه پایدار هدایت شویم (دبیری و واحدناودان، ۱۳۹۰). در این میان نقش مثبت شبکه‌های اجتماعی در سرمایه فرهنگی ثابت شده است (سایمن و اینسورت<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). از این رو در این پژوهش می‌خواهیم نحوه اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد زیست محیطی از طریق سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی را مورد بررسی قرار دهیم. بنابراین با توجه به مطالب فوق هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد زیست محیطی با توجه به نقش میانجی سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی در صنایع کوچک و متوسط استان یزد است.

## مبانی نظری

### عملکرد زیست محیطی

در دهه‌های اخیر، مسائل و مشکلات زیست محیطی بسیار افزایش یافته‌اند و نه تنها کشور ما با مشکلات زیست محیطی درگیر است بلکه مسائل زیست محیطی اهمیتی جهانی پیدا کرده‌اند (حاجی‌زاده میمندی و فلک‌الدین، ۱۳۹۶). با توجه به اینکه مسائل محیطی و حفظ محیط زیست یکی از مهم‌ترین معیارهایی است که مصرف‌کنندگان هنگام خرید آن را مدنظر قرار می‌دهند. مسئله حفظ محیط زیست باعث شده است که مصرف‌کنندگان درباره محصولات که می‌خرند بازاندیشی کنند. در نتیجه همه شرکت‌های دولتی و خصوصی برای توسعه رشد و پایداری در عرصه رقابتی امروز، به نوعی مجبورند به مسائل زیست محیطی بیشتر توجه کنند، تا عملکرد زیست محیطی مناسب و مطلوبی را در جامعه داشته باشند (کوگ و مونت<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲). سازمان‌های معاصر با توجه به افزایش سریع جمعیت جهان و با رو به زوال محیط طبیعی به دلیل آلودگی محیطی، انتخاب نامناسب مواد، میزان هدر رفت مواد، مشکلات تنوع زیستی، کمبود آب، بحران‌های انرژی و زمین‌های نامناسب به فعالیت‌های زیست محیطی روی می‌آورند. علاوه بر این، سازمان‌ها در سرتاسر جهان بر تعهدات خود برای پایداری و تلاش برای اجرای برنامه‌ها و اقدامات با سطوح تأثیر کمتر بر محیط زیست با هدف نهایی تضمین پایداری زیست محیطی هستند (رحمان<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۰).

عملکرد زیست محیطی شرکت عبارت است از میزان دستیابی یک واحد شرکت در به اهداف در نظر گرفته شده برای سازگاری با محیط زیست همچون؛ کاهش ضایعات، کاهش آلودگی هوا و اتلاف آب همراه با کاهش مصرف خطرناک، مضر مواد سمی و تعداد حوادث محیط زیست (اگان<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). عملکرد زیست محیطی شامل عملکرد نسبی شرکت‌ها در پیروی از قوانین مصوب حمایت از زیست محیطی، جلوگیری از ایجاد بحران‌های زیست محیطی و آموزش کارکنان در زمینه مسائل مختلف زیست محیطی می‌باشد. عملیات تولیدی نقش کلیدی در کاهش آثار زیست محیطی در مراحل مختلف چرخه عمر

<sup>1</sup> Zhang

<sup>2</sup> Simon & Ainsworth

<sup>3</sup> Kogg, & Mont

<sup>4</sup> Rehman

<sup>5</sup> Ağan

محصول از استخراج مواد تا تولید، استفاده، استفاده مجدد و بازیافت دارند. بنابراین درک مسئولیت محیطی در زمینه تولید موجب دستیابی به مزیت رقابتی و افزایش سهم بازار از طریق فرایند بهبود تاثیرات محیطی محصولات می‌شود (ژو و همکاران، ۲۰۰۸).

### شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی هستند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی دارند و به فرد امکان برقراری ارتباط با شمار فراوانی از افراد دیگر، فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی را می‌دهد (اکبری تبار، ۱۳۹۲). برخی صاحب نظران به جای استفاده از واژه‌ی رسانه‌های اجتماعی با توجه به کارکرد شبکه‌ای این دسته از رسانه‌ها، استفاده از واژه شبکه‌های اجتماعی را ترجیح می‌دهند. هرچند شبکه‌های اجتماعی واژه‌ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباطات وسیع تر و مستمر هستند و یک حلقه منسجم ارتباطاتی را تشکیل می‌دهند، به کار می‌رود، اما این واژه امروزه عمدتاً برای نامیدن پایگاه‌های اینترنتی به کار می‌رود که افراد با عضویت در آن امکان دستیابی به اطلاعات سایر اعضا، آشنایی با علایق آنها، به اشتراک گذاری تولیدات متنی، صوتی و تصویری و نیز تشکیل گروه‌هایی بر اساس علایق مشترک با برخی از دیگر اعضای پایگاه را پیدا می‌کنند (امیرپور و گریوانی، ۱۳۹۲). شبکه اجتماعی را می‌توان به عنوان یک شبکه پیچیده در نظر گرفت که از افراد جامعه و روابط آنها بین افراد تشکیل شده است. مقیاس شبکه معمولاً بسیار بزرگ است. این نوع ساختار پیچیده اجتماعی نقش مهمی در انتشار و انتشار اطلاعات دارد (آگراول<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱). استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارای تاثیرات اجتماعی گسترده‌ای است و زندگی افراد را در سراسر جهان کاملاً تحت تاثیر قرار می‌دهد. کاربران با استفاده از شبکه‌های اجتماعی فرصت بیشتری برای برقراری ارتباط با یکدیگر دارند و آنها از این طریق می‌خواهند تقریباً تمامی چیزهایی که در زندگی اجتماعی‌شان وجود دارد مانند اطلاعات و ایده و نظرات، تصاویر، رویدادها و اخبار را با دوستان خود و یا حتی با افرادی ناشناس به اشتراک بگذارند (قلمی و شجاع، ۱۳۹۷). علاوه بر این، کاربران اطلاعاتی در مورد مسائل شخصی خود را با افراد دیگر در این فضا به اشتراک می‌گذارند و به این شکل ارتباطات جدیدی در این شبکه‌های اجتماعی ایجاد می‌شود (سالگور<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶). شبکه‌های اجتماعی مجازی احتمال ایجاد رابطه بین افراد بسیار متفاوت را فراهم می‌کند. چنین رابطه‌ای که نوع بیشتری نسبت به روابط موجود در زندگی واقعی دارد، توان شخص را برای دستیابی به منافع بیشتر فراهم می‌کند (محبی و کیا، ۱۳۹۹). شبکه‌های اجتماعی، توانایی تعامل و مشارکت مخاطبان خود را بالا برده و به رشد کاربران پرداخته‌اند. بخشی از این مشارکت، مشارکت عمومی است که به واسطه شبکه‌های اجتماعی به ویژه شبکه‌های مجازی افزایش یافته است. این شبکه‌ها که بخشی جدایی ناپذیر از جامعه مدرن است کاربران را به کمک خود و تعاملاتشان به دنیای مشارکتی دعوت و ساز و کارهای راهبردی را به آنها ارائه می‌دهند. از آنجا که شبکه‌های اجتماعی مجازی اهمیت پنج مفهوم کلیدی قدرت تخیل، قدرت انطباق و شجاعت تحول را برای تداوم حیات دولتها، فرهنگ‌های ملی و حتی تمدن‌ها نشان داده‌اند. بنابراین دو نقش اساسی را در تغییرسیاسی جامعه‌های امروزی برعهده دارند. از یک سو فرهنگ توده را نشر می‌دهند و از سوی دیگر منبع تغذیه نخبگان جامعه با هدف نوآوری و ابداع هستند، به عبارت دیگر شبکه‌های اجتماعی به ویژه در حوزه مجازی حلقه اتصال محیط بزرگ یا جامعه کل با محیط کوچکند. هر یک از عوامل اصلی نوزایی و خلاقیت، عامل تحرک و پیش برنده توسعه سیاسی است (رحمان زاده، ۱۳۸۹).

امروزه شبکه‌های اجتماعی نفوذ فراوانی بر جنبه‌های مختلف زندگی دیجیتال فعلی از ارتباطات آنلاین و بازاریابی گرفته تا سیاست، آموزش و پرورش، سلامت و تعامل عمومی افراد دارد و می‌تواند مزایای ویژه‌ای را برای هر یک از این حوزه‌ها فراهم آورد (بشیر و بهات<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷). شبکه‌ها به عنوان یکی از نهادهای اجتماعی، کارکرد انتقال میراث فرهنگی - اجتماعی و ارزش‌های جوامع را برعهده دارند و در عصر کنونی با توجه به نقش بارزی که در جامعه و اطلاع رسانی پیرامون موضوعات اجتماعی، سیاسی

<sup>1</sup> Zhu

<sup>2</sup> Aggarwal

<sup>3</sup> Salgur

<sup>4</sup> Bhat

و فرهنگی و غیره ایفا می‌کنند، سعی دارند الگوهای نوینی را به جوامع وارد کنند تا جایگزین ارزش‌ها و الگوهای سنتی شوند (فرامرزبانی و همکاران، ۱۳۹۵). نقش عمده این شبکه‌ها در شکل دهی به افکار عمومی باعث شده اهمیت رسانه‌ها تا این حد مورد توجه قرار گیرد (مرتضی اسکویی و همکاران، ۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی تمام رفتارهای بشری را تحت تأثیر قرار داده است. این شبکه‌ها نحوه تبادل اطلاعات، تعامل با افراد دیگر، سرگرمی و مصرف رسانه را تغییر داده است (آپرسیو و همکاران، ۲۰۲۰). تعاملات افراد در اینترنت و رسانه‌های اجتماعی به دلیل ویژگی‌های همه جا حاضر بیش از حد رشد کرده است (سیروولا و همکاران، ۲۰۱۹). علاوه بر این، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، که به عنوان سایت‌های مبتنی بر اینترنت توصیف می‌شوند که تبادل اطلاعات بین کاربران را ترویج می‌کنند، به عنوان یک انتخاب ارجح افزایش یافته‌اند (کوهن و همکاران، ۲۰۱۸). با توجه به این موارد شبکه‌های اجتماعی می‌تواند نقش موثری در ایجاد رفتارهای زیست محیطی داشته باشد. شبکه‌های اجتماعی با دادن اطلاعات و افزایش دانش مردم، می‌تواند در رابطه با مسائل زیست محیطی موثر واقع گردد. از طرفی سرمایه اجتماعی تحت تأثیر تعاملات و ارتباطات افراد قرار دارد. در نتیجه استفاده موثر از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند باعث ارتقاء سرمایه اجتماعی شود (مرتضی اسکویی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین شبکه‌های اجتماعی می‌تواند ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی رفتاری ایجاد کنند که می‌تواند موجب افزایش سرمایه فرهنگی گردد (رضاییان و ادیسی، ۱۳۹۷).

### سرمایه فرهنگی

تاکنون تعریف‌های مختلفی از سرمایه فرهنگی شده است اما هنوز هم در مورد تعریف آن اختلاف نظر وجود دارد (دویس و ریزک، ۲۰۱۷). بورديو سرمایه فرهنگی را آشنایی با کدها، آداب و رفتارهای فرهنگی تعریف می‌کند که در یک جامعه خاص حاکم است (بورديو، ۱۹۹۶). به عقیده وی سرمایه فرهنگی منبعی ارزشمند هم‌تراز با سرمایه اقتصادی است. همانند سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی نیز می‌تواند از طریق مبادلات در بازارهای مادی و نمادین به اشکال دیگر سرمایه تبدیل شود. بورديو از اصطلاح سرمایه فرهنگی به طرق مختلف برای تأکید بر جنبه‌های مجسم، مادی و رابطه‌ای آن استفاده کرد. برای بورديو، سرمایه فرهنگی به عنوان پیشینه فرهنگی عمومی، دانش، تجربیات، منش و مهارت‌هایی در نظر گرفته می‌شود که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود (بورديو، ۱۹۸۶). سرمایه فرهنگی به سیگنال‌ها، مهارت‌ها و رفتارهایی مربوط می‌شود که می‌تواند برای به دست آوردن بیشتر یا سایر اشکال سرمایه مورد استفاده قرار گیرد (براینهالت و بیگا، ۲۰۲۰). سرمایه فرهنگی یک اجتماع مهارت‌ها و ارزش‌های مجسم شده یک جامعه است که در فرم‌های تعریف شده اجتماعی آن جامعه تجسم می‌یابد، از نسل‌های پیشین جامعه به ارث گذاشته می‌شود، توسط نسل حاضر تغییراتی در آن انجام می‌پذیرد و به نسل بعد سپرده می‌شود (دالزیل و ساندرز، ۲۰۰۹). سرمایه فرهنگی به مجموعه‌ای از سلیقه‌ها، مهارت‌ها، دانش و عملکردهای اجتماعی نادر و متمایز اشاره دارد (وی و همکاران، ۲۰۱۹). سرمایه فرهنگی یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و آن دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند (غلامی و همکاران، ۱۳۹۹). سرمایه فرهنگی دارای سه بعد تجسم یافته، عینیت یافته و نهادینه شده است:

**سرمایه تجسم یافته:** حافظه، مهارت‌های تجربی و رفتاری و معلومات کسب شده، از سرمایه‌های بدنی یا تجسم یافته فردی محسوب می‌شوند. از مشخصه‌های این سرمایه، می‌توان به پیوستگی و درون یافتگی آن اشاره کرد. این سرمایه، نوعی دارایی است که به شخص و خلق و خوی وی بدل شده است. به عبارت دیگر، تنها، صاحب این خصایص، دارنده این سرمایه فرهنگی است. به همین جهت نمی‌توان این سرمایه درونی شده را از طریق بخشش، وراثت و خرید و فروش به دیگری انتقال داد.

<sup>1</sup> Sirola

<sup>2</sup> Cohen

<sup>3</sup> Davies & Rizk

<sup>4</sup> Breinholt & Jæger

<sup>5</sup> Dalziel & Saunders

<sup>6</sup> wei et al

**سرمایه عینیت یافته:** مجموعه میراث فرهنگی، آثار ادبی و شاهکارهای هنری و مانند این‌ها را سرمایه عینیت یافته فرهنگی می‌نامند. سرمایه فرهنگی عینیت یافته دارای یک رشته از ویژگی‌هاست که تنها می‌توان از طریق رابطه سرمایه فرهنگی عینیت یافته با سرمایه فرهنگی بدنی و فردی آن را معین کرد. این سرمایه (مانند کتاب، تابلوهای نقاشی، آلات موسیقی) به لحاظ مادی از طریق صاحبانش قابل انتقال است.

**سرمایه نهادینه شده:** مدارک تحصیلی، مدارک حرفه‌ای و کاری از نمونه‌های سرمایه نهادی هستند. مدرک تحصیلی سند تخصص فرهنگی است که به صاحب مدرک ارزش قراردادی تضمین شده‌ای ارائه می‌دهد (صالحی امیری، ۱۳۸۶).

### سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی به عنوان دارایی با ارزشی اطلاق می‌شود که از دسترسی به منابعی که از طریق روابط اجتماعی در دسترس است نشأت می‌گیرد (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸). پاتنام (۱۹۹۳) سرمایه اجتماعی را به عنوان ویژگی‌های سازمان‌های اجتماعی، مانند شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد که اقدام و همکاری برای منافع متقابل را تسهیل می‌کند، تعریف کرد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی به منابع موجود در ساختارهای اجتماعی مانند اعتماد اجتماعی، هنجارها و ارزش‌ها، ارتباطات اجتماعی و اهداف مشترک اشاره دارد که افراد را برای کنش جمعی آماه می‌کند (کاواچی، ۲۰۰۱). سرمایه اجتماعی بهترین منبع ایجاد شده از طریق مبادلات است. این نوع منبع مربوط به انواع مختلفی از روابط است که شامل روابط بین فردی و شبکه‌های سازمانی می‌شود (لین<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). ثابت شده است که سرمایه اجتماعی بهترین مجموع منابعی است که در روابط و تعاملات روزانه بین افراد و خانواده‌ها جمع‌آوری و ایجاد می‌شود (آلدیش و مایر، ۲۰۱۵). ماهیت سرمایه اجتماعی موجود در ساختار روابط بین افراد، مهمترین عامل در پیاده‌سازی این مفهوم در پدیده‌های اجتماعی است. تئوری سرمایه اجتماعی منابع اجتماعی را که می‌توانند عناصر خاصی را در شبکه اجتماعی گرد هم آورند، نشان می‌دهد و روشن می‌کند. علاوه بر این، سرمایه اجتماعی یک منبع کل است که می‌تواند ارزش ایجاد کند. سرمایه اجتماعی نه تنها می‌تواند درک مشترکی را در بین افراد ایجاد کند، بلکه می‌تواند افراد را مجبور به دستیابی به اهداف مشترک کند (کون و آدلر، ۲۰۱۴). سرمایه اجتماعی به نوعی شبکه‌های اجتماعی، اعتماد و مجموعه‌ای از هنجارها اشاره می‌کند که همکاران را برای تسهیل هماهنگی و همکاری برای منافع متقابل هر دو همکار برای دستیابی به اهداف بزرگ‌تر سازمان ضروری می‌سازد (سینگ و همکاران، ۲۰۲۱). سرمایه اجتماعی شامل سرمایه شناختی، ساختاری و رابطه‌ای است (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸).

سرمایه شناختی به شباهت بین طرفین در فرهنگ سازمانی، فلسفه کسب و کار، اهداف و چشم‌انداز اشاره دارد (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸). فرهنگ مشترک و شباهت در اهداف از جنبه‌های مهم سرمایه شناختی محسوب می‌شود. فرهنگ مشترک شامل شباهت هنجارهای رفتاری و ارزش در روابط شرکت و مشتریان است. اهداف مشترک نشان‌دهنده سطحی است که طرفین درک مشترک دارند و نتایج متقابل را هدف قرار می‌دهند (اینکین و تسانگ، ۲۰۰۵). سرمایه اجتماعی رابطه‌ای رفتار دوستانه را تسهیل می‌کند و خطرات فرصت طلبی را کاهش می‌دهد (جلدرمن و همکاران، ۲۰۱۶). سرمایه اجتماعی رابطه‌ای شامل عواملی مانند داشتن تعاملات بین فردی نزدیک، دوستی، احترام متقابل و تعامل بین بازیگران است. همه این عوامل در مجموعه‌ای از تعاملات مداوم بین طرفین ایجاد شده‌اند. (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸). سرمایه رابطه‌ای روابط را تقویت می‌کند، که حاکی از اهمیت روزافزون اعتماد به عنوان یکی از عوامل کلیدی سرمایه اجتماعی رابطه‌ای است (اینکین و تسانگ، ۲۰۰۵). سرمایه اجتماعی ساختاری به الگوی ارتباطات بین طرفین اشاره دارد. (جلدرمن و همکاران، ۲۰۱۶). سرمایه اجتماعی ساختاری برخلاف ابعاد رابطه‌ای، با پیوندهای غیرشخصی در یک شبکه اجتماعی مرتبط است (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸).

### پیشینه تجربی

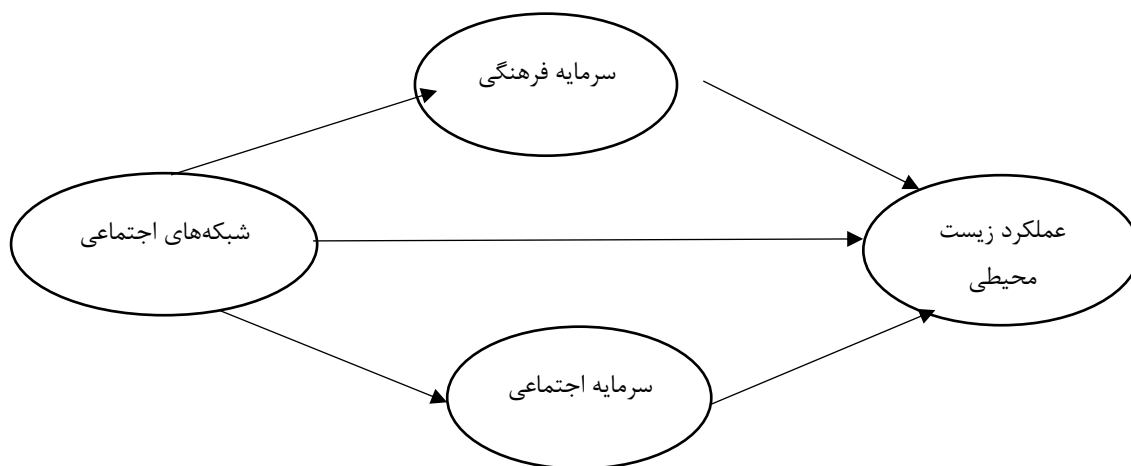
<sup>۱</sup> Lin

محبی و کیا (۱۳۹۹) پژوهش با عنوان شبکه‌های اجتماعی و تغییرات فرهنگی بین دانشجویان دانشگاه‌های تهران؛ بر پایه ارزش‌های مادی و فرامادی اینگلهارت انجام دادند. نتایج آنان در مورد ارزش‌های مورد توجه کاربران در شبکه‌های اجتماعی نشان داد که ۵۳ درصد دانشجویان به ارزش‌های فرامادی توجه دارند. یافته‌های تحلیل محتوا نیز نشان داد که حدود ۵۴ درصد پیام‌های تولید شده در سه شبکه اجتماعی توئیتر، تلگرام و اینستاگرام دارای ارزش فرامادی هستند. غلامی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی سرمایه فرهنگی و رفتارهای زیست محیطی در بین شهروندان شهر ساری پرداختند. نتایج نشان داد که بین سرمایه فرهنگی و رفتارهای زیست محیطی رابطه معناداری وجود دارد. یعنی هر چه سرمایه فرهنگی بیشتر شود میزان رفتارهای زیست محیطی افزایش می‌یابد. رجب‌پور (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان مدیریت منابع انسانی سبز و رفتار سازگار با محیط زیست کارکنان، با تاکید بر سرمایه اجتماعی در بین شرکت‌های فعال در پتروشیمی پارس جنوبی انجام داد. نتایج این مطالعه نشان داد که مدیریت منابع انسانی بر سرمایه اجتماعی و رفتار زیست محیطی تاثیر معناداری دارد. همچنین سرمایه اجتماعی بین مدیریت منابع انسانی سبز و رفتار زیست محیطی نقش میانجی دارد. رضاییان و ادیسی (۱۳۹۷)، در پژوهش خود به بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی در سبک زندگی نسل چهارم پرداختند. نتایج آنان نشان داد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی رابطه مستقیمی وجود دارد. همچنین بین شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد؛ یعنی هر چقدر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد سرمایه فرهنگی بیشتر است. حاجی‌زاده میمندی و فلک‌الدین (۱۳۹۶)، پژوهشی تحت عنوان بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی بر رفتارهای زیست محیطی مسئولانه در بین شهروندان شهر خرم آباد انجام دادند. نتایج نشان داد که عوامل سبک زندگی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، قانون‌گرایی، سرمایه فرهنگی، آگاهی زیست محیطی و متغیرهای زمینه‌ای بر رفتارهای زیست محیطی مسئولانه موثر هستند. رستمی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران که بر روی ۲۰۶۵ نفر از کاربران استان اصفهان انجام دادند به این نتیجه رسیدند که بین میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی آنان رابطه معناداری وجود دارد. هر چه میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد احتمال تاثیر پذیری هویت دینی آنها بیشتر است. واقفی و حقیقتیان (۱۳۹۳)، در پژوهشی به بررسی تاثیر سرمایه فرهنگی (بعد نهادینه) بر رفتارهای زیست محیطی با رویکرد توسعه پایدار شهری در بین شهروندان شهر شیراز پرداختند. نتایج آنان نشان داد که بین سرمایه فرهنگی و رفتارهای اجتماعی زیست محیطی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین رابطه بین تحصیلات و رفتارهای اجتماعی زیست محیطی تایید شد. مرتضوی اسکویی و همکاران (۱۳۹۳)، پژوهشی تحت عنوان تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی دانشجویان در دانشگاه علوم و تحقیقات انجام دادند. یافته‌های آنان نشان داد که شبکه‌های اجتماعی تاثیر معناداری بر سرمایه اجتماعی دانشجویان دارد. همچنین تاثیر شبکه مجازی بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (مشارکت، اعتماد و همیاری) دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران کمتر از حد متوسط می‌باشد. ژانگ و همکاران (۲۰۲۰)، در پژوهشی به بررسی تاثیر یکپارچه سازی تامین کنندگان سبز بر عملکرد شرکت با نقش میانجی انباشت سرمایه اجتماعی در بین شرکت‌های تولیدی چینی پرداختند. نتایج آنان نشان داد نتایج نشان می‌دهد که ادغام تامین کنندگان سبز به طور قابل توجهی بر انباشت سرمایه اجتماعی تاثیر می‌گذارد. همچنین انباشت سرمایه اجتماعی تاثیر مثبتی بر عملکرد زیست محیطی دارد. لی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی تاثیر فناوری‌های دیجیتال بر عملکرد اقتصادی و زیست محیطی در زمینه صنعت را در بین شرکت‌های تولیدی چینی مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که فناوری‌های دیجیتال تاثیر مثبتی بر عملکرد زیست محیطی و اقتصادی دارد. نتایج نشان می‌دهد که پلت‌فرم‌های زنجیره تامین دیجیتال نقش میانجی در بین رابطه فناوری‌های دیجیتال و عملکرد اقتصادی و زیست محیطی دارد. روسکو<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۹)، در پژوهشی به بررسی نقش مدیریت منابع انسانی سبز و فرهنگ سازمانی سبز در افزایش عملکرد زیست محیطی برای توسعه پایدار می‌پردازند. یافته‌های مقاله که در بین کارمندان شرکت‌های تولیدی چینی انجام شده، نشان می‌دهد شیوه‌های مدیریت منابع انسانی محیط زیست از جمله استخدام، آموزش، ارزیابی و تشویق از توسعه توانمندسازهای فرهنگ سازمانی سبز حمایت می‌کنند.

<sup>1</sup> Li<sup>2</sup> Roscoe

## مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه تجربی می‌توان مدل را به صورت زیر نمایش داد. با توجه به مدل و روابط موجود فرضیه‌های پژوهش هم در ادامه آورده شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

فرضیه ۱: شبکه‌های اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زیست محیطی دارد.

فرضیه ۲: شبکه‌های اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر سرمایه فرهنگی دارد.

فرضیه ۳: شبکه‌های اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر سرمایه اجتماعی دارد.

فرضیه ۴: سرمایه فرهنگی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زیست محیطی دارد.

فرضیه ۵: سرمایه اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زیست محیطی دارد.

فرضیه ۶: شبکه‌های اجتماعی از طریق سرمایه فرهنگی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زیست محیطی دارد.

فرضیه ۷: شبکه‌های اجتماعی از طریق سرمایه اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زیست محیطی دارد.

## روش شناسی پژوهش

روش پژوهش به کار گرفته شده به لحاظ هدف جزء پژوهش‌های کاربردی بوده و به لحاظ شیوه جمع‌آوری اطلاعات جزء پژوهش‌های توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شرکت‌های کوچک و متوسط استان یزد است که تعداد آنان ۸۹۲ شرکت می‌باشد. نمونه آماری نیز با استفاده از روش مورگان ۲۷۰ شرکت تعیین شد. جهت اطمینان از تعداد نمونه لازم، تعداد ۳۳۰ پرسشنامه توزیع شد که از بین آنان ۲۹۰ پرسشنامه قابلیت تحلیل داشتند. جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات پژوهش موضوع از منابع کتابخانه‌ای، مقالات فارسی و لاتین، کتاب‌های مورد نیاز و اینترنت استفاده شده است و به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه استفاده گردیده است. در این پژوهش از پرسشنامه‌های شبکه‌های اجتماعی، عملکرد زیست محیطی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی استفاده شده است. برای سنجش شبکه‌های اجتماعی از پرسشنامه سوپرو و همکاران (۲۰۱۹) استفاده شد که دارای ۸ گویه پنج گزینه‌ای به صورت طیف لیکرت است. برای

عملکرد زیست محیطی از پرسشنامه ۶ سوالی کیم و همکاران (۲۰۱۹) استفاده شد که هدف آن سنجش عملکرد بعد زیست محیطی شرکت مورد نظر است. برای سرمایه فرهنگی از پرسشنامه بوردیو (۱۹۸۶) استفاده شد که دارای ۱۷ گویه پنج گزینه‌ای است و نحوه امتیازبندی آنان براساس طیف لیکرت و از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می‌باشد و هدف آن سنجش سه بعد سرمایه فرهنگی شامل بعد تجسم یافته، بعد عینیت یافته و بعد نهادینه شده است. برای سرمایه اجتماعی نیز از پرسشنامه‌های جلدنمن و همکاران (۲۰۱۶) و اینکین و تسانگ (۲۰۰۵) استفاده شد که با ۱۱ سوال متغیر سرمایه اجتماعی را در سه بعد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری مورد اندازه‌گیری قرار می‌دهد. این پرسشنامه در مقیاس طیف لیکرت و از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق نمره‌گذاری می‌شود. قبل از توزیع پرسشنامه روایی محتوایی و صوری آن مورد بررسی قرار گرفت. بدین صورت که پرسشنامه اولیه در اختیار چند تن متخصصان قرار داده شد تا در رابطه با روایی آن اظهار نظر نمایند. در ادامه نظرات اساتید در پرسشنامه لحاظ و تغییرات لازم اعمال شد. برای بررسی پایایی از شاخص ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بهره گرفته شد.

بر طبق جدول ۱ بعد از انجام آزمون آلفای کرونباخ برای متغیر شبکه‌های اجتماعی مقدار  $0.893$ ، متغیر عملکرد زیست محیطی مقدار  $0.857$ ، سرمایه فرهنگی مقدار  $0.932$  و برای متغیر سرمایه اجتماعی مقدار  $0.749$  به دست آمد. همچنین بر اساس نتایج به دست آمده از شاخص پایایی ترکیبی، پایایی ترکیبی سازه‌ها بیشتر از  $0.7$  شد در نتیجه پایایی پرسشنامه مناسب است. برای محاسبه روایی همگرا از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد. همان طور که در جدول ۱ نیز مشاهده می‌شود چون مقادیر به دست آمده برای شاخص میانگین واریانس استخراج شده همه متغیرها بالای  $0.5$  است بر این اساس می‌توان گفت که مدل از روایی همگرایی خوبی برخوردار است.

جدول ۱: روایی و پایایی تحقیق

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
شبکه‌های اجتماعی	$0.893$	$0.916$	$0.585$
عملکرد زیست محیطی	$0.857$	$0.893$	$0.569$
سرمایه فرهنگی	$0.932$	$0.955$	$0.875$
سرمایه اجتماعی	$0.749$	$0.855$	$0.663$

یکی دیگر از شاخص‌هایی که برای برازش مدل اندازه‌گیری استفاده می‌شود، روایی واگرا است. برای روایی واگرا از معیار فورنل و لارکر<sup>۱</sup> (۱۹۸۱) استفاده گردید. بر اساس این معیار جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هر سازه با ضرایب همبستگی بین سازه‌ها مقایسه می‌شود. بررسی این معیار به وسیله یک ماتریس صورت می‌گیرد که خانه‌های ماتریس شامل ضرایب همبستگی سازه‌ها و جذر میانگین واریانس استخراج شده است. در ماتریس به دست آمده جذر AVE هر سازه از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر است که این مطلب نشان دهنده مناسب بودن روایی واگرا پژوهش است (جدول ۲).

جدول ۲: ماتریس فورنل و لارکر

عملکرد زیست محیطی	شبکه‌های اجتماعی	سرمایه فرهنگی	سرمایه اجتماعی	متغیرها
			$0.814$	سرمایه اجتماعی
		$0.936$		سرمایه فرهنگی

<sup>1</sup> Fornell & Larcker

شبکه‌های اجتماعی	.۴۵۴	.۴۹۳	.۷۶۵	
عملکرد زیست محیطی	.۷۲۴	.۷۷۱	.۷۴۱	.۷۵۴

تجزیه و تحلیل داده‌ها در این مطالعه در دو بخش مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش اول با استفاده از نرم افزار SPSS به تحلیل آمار توصیفی و آمار استنباطی تحقیق پرداخته شده است. در بخش دوم نیز با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS 3 برازش مدل و آزمون فرضیه‌ها بررسی شده است.

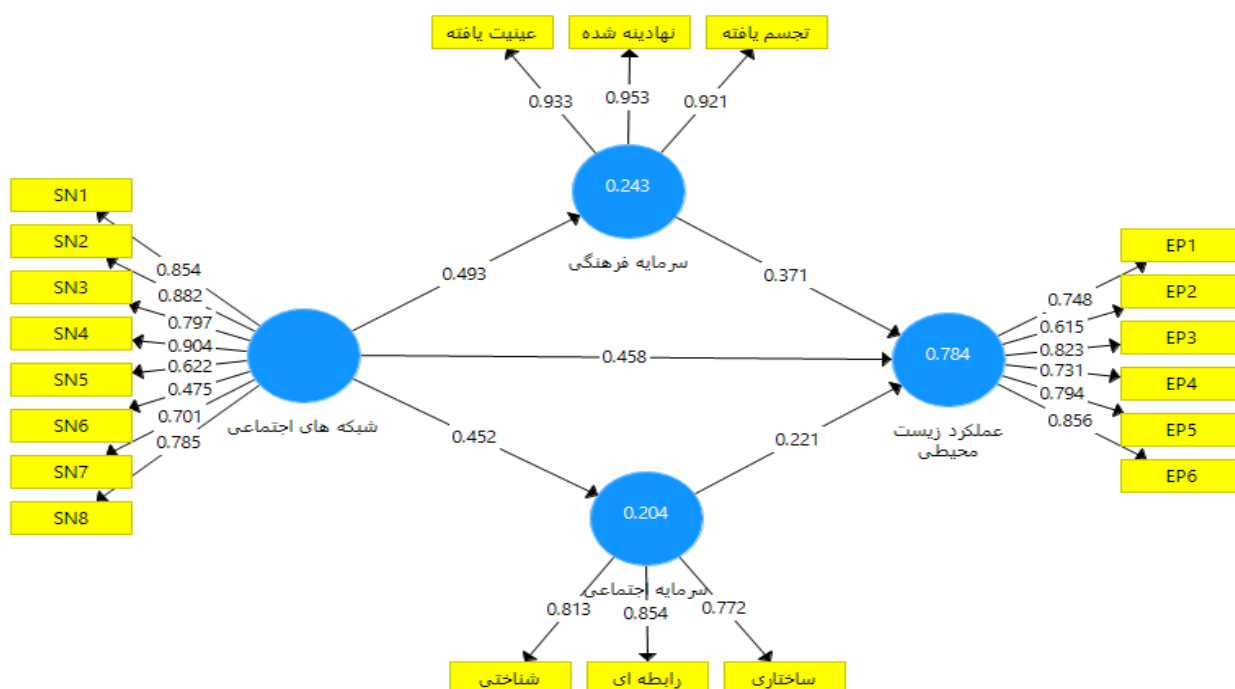
### تجزیه و تحلیل داده‌ها

قبل از تحلیل فرضیات پژوهش، متغیرهای پژوهش را از نظر نرمال بودن مورد سنجش قرار دادیم. بر این اساس برای سنجش نرمال بودن متغیرهای پژوهش از آزمون کولموگروف و اسمیرنوف استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳: آزمون نرمال بودن متغیرها

متغیرهای تحقیق	میانگین	انحراف معیار	آماره آزمون K-S	سطح معناداری
شبکه‌های اجتماعی	۳/۶۹	.۸۷۶	.۱۰۶	.۰۰۰
عملکرد زیست محیطی	۳/۴۶	.۷۱۶	.۰۷۵	.۰۰۰
سرمایه فرهنگی	۳/۸۴	.۷۳۴	.۰۹۴	.۰۰۰
سرمایه اجتماعی	۳/۱۷	.۸۱۹	.۱۳۸	.۰۰۰

بنابراین با توجه به اینکه سطح معناداری متغیرها کمتر از مقدار  $0.05$ ، به دست آمده، می‌توان گفت توزیع همه فرضیات در نمونه مدنظر غیرنرمال است.



## شکل ۲: مدل ضرایب مسیر پژوهش

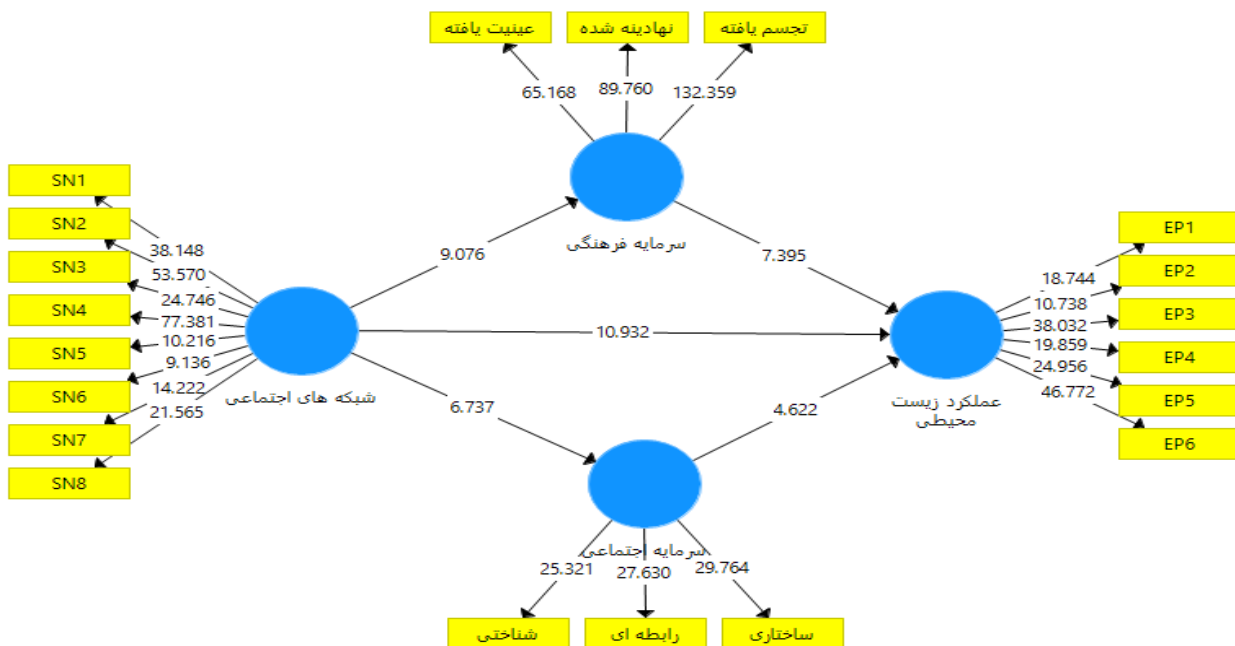
پس از بررسی و سنجش شاخص‌های برازش مدل، گویه‌های پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت. بارهای عاملی شاخص‌ها، میزان همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه را نشان می‌دهند. در صورتی که بارهای عاملی مدل بالاتر از مقدار ۰/۴ باشد نشان دهنده پایایی قابل قبول مدل است. همان‌طور که در شکل شماره ۲ مشاهده می‌شود بارهای عاملی تمامی متغیرها قابل است.

پس از اطمینان از قابل قبول بودن بارهای عاملی، برازش مدل ساختاری پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای این منظور شاخص‌های  $R^2$  و  $Q^2$  و ضرایب معناداری  $t$  استفاده می‌شوند. ضریب تعیین نشان‌دهنده تاثیر یکی متغیر برون‌زا بر متغیر درون‌زا است. همچنین شاخص  $Q^2$  نشان‌دهنده قدرت پیش بینی مدل است. با توجه به مقادیر به دست آمده می‌توان مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید ساخت. جدول ۴ نتایج حاصل از این مقادیر را نشان می‌دهد.

جدول ۴: نتایج شاخص‌های  $R^2$  و  $Q^2$ 

متغیرها	$R^2$	$Q^2$
عملکرد زیست محیطی	۰/۷۸۴	۰/۴۳۷
سرمایه فرهنگی	۰/۲۴۳	۰/۱۸۲
سرمایه اجتماعی	۰/۲۰۴	۰/۱۲۹

برای بررسی برازش مدل کلی هم از شاخص GOF استفاده می‌کنیم. بعد از محاسبه مقدار ۰/۴۴۲. به دست آمد که نشان دهنده برازش خوب مدل پژوهش است.



شکل ۳: مدل ضرایب معناداری پژوهش

آزمون فرضیه‌ها

پس از بررسی شاخص‌های برازش مدل به بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش می‌پردازیم. برای تایید و یا رد فرضیه‌ها ضریب مسیر و ضریب معناداری آن را مورد بررسی قرار می‌دهیم. برای تایید فرضیه باید ضریب معناداری آن از ۱/۹۶ بیشتر باشد. ضریب معناداری در شکل ۳ قابل نمایش است. نتایج فرضیات در جدول ۵ آورده شده است.

#### جدول ۵: نتایج فرضیات پژوهش

نتیجه	مقدار t	ضریب مسیر	فرضیه
تایید	۱۰/۹۳	./۴۵۸	شبکه‌های اجتماعی - عملکرد زیست محیطی
تایید	۹/۰۷	./۴۹۳	شبکه‌های اجتماعی - سرمایه فرهنگی
تایید	۶/۷۳	./۴۵۲	شبکه‌های اجتماعی - سرمایه اجتماعی
تایید	۷/۳۹	./۳۷۱	سرمایه فرهنگی - عملکرد زیست محیطی
تایید	۴/۶۲	./۲۲۱	سرمایه اجتماعی - عملکرد زیست محیطی

فرضیه ششم نقش میانجی سرمایه فرهنگی را در بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی بررسی می‌کند. با توجه به نتایج ضریب معناداری مقدار ۶/۱۶ به دست آمد که بیشتر از ۱/۹۶ است و این بیانگر معنادار بودن این مسیر است. همچنین ضریب مسیر مقدار ۱/۸۳، به دست آمد. بنابراین فرضیه ششم تایید می‌شود و سرمایه فرهنگی نقش میانجی را در بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی ایفا می‌کند. فرضیه هفتم نقش میانجی سرمایه اجتماعی را در بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی بررسی می‌کند. با توجه به نتایج ضریب معناداری مقدار ۴/۵۰ به دست آمد که بیشتر از ۱/۹۶ است و این بیانگر معنادار بودن این مسیر است. همچنین ضریب مسیر مقدار ۱/۰۱، به دست آمد. بنابراین فرضیه هفتم تایید می‌شود و سرمایه اجتماعی نقش میانجی را در بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی ایفا می‌کند.

#### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد زیست محیطی با نقش میانجی سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی انجام شد. فرضیه اول تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد زیست محیطی را بررسی می‌کند. نتیجه این فرضیه نشان داد که متغیر شبکه‌های اجتماعی با ضریب مسیر ۴/۵۸، و عدد معناداری ۱۰/۹۳ تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زیست محیطی دارد. در نتیجه فرضیه اول تایید می‌شود. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های حاجی‌زاده میمندی و فلک‌الدین (۱۳۹۶)، لی و همکاران (۲۰۲۰) همخوانی دارد. بنابراین لازم است تا سیاست‌گذاران مربوطه به بحث شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش توجه داشته باشند زیرا از این طریق می‌توانند هم باعث آموزش و هم باعث افزایش دانش افراد در رابطه با مسائل زیست محیطی شوند. فرضیه دوم تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه فرهنگی را بررسی می‌کند. نتیجه این فرضیه نشان داد که متغیر شبکه‌های اجتماعی با ضریب مسیر ۴/۹۳، و عدد معناداری ۹/۰۷ تاثیر مثبت و معناداری بر سرمایه فرهنگی دارد. در نتیجه فرضیه دوم تایید می‌شود. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های محبی و کیا (۱۳۹۹)، رضاییان و ادیسی (۱۳۹۷) همسو است. براساس نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود تا سرمایه فرهنگی کارکنان را از طریق بالا بردن تحصیلات، مطالعه کتاب، مشارکت در امور فرهنگی و شرکت در همایش‌ها افزایش داد. فرضیه سوم تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی را بررسی می‌کند. نتیجه این فرضیه نشان داد که متغیر شبکه‌های اجتماعی با ضریب مسیر ۴/۵۲، و عدد معناداری ۶/۷۳ تاثیر مثبت و معناداری بر سرمایه اجتماعی

دارد. در نتیجه فرضیه سوم تایید می‌شود. این نتیجه با یافته‌های پژوهش مرتضوی اسکویی و همکاران (۱۳۹۳) همسو است. بنابراین پیشنهاد می‌شود با ایجاد گروه‌های مناسب در شبکه‌های اجتماعی و همچنین گروه‌های داوطلبانه زمینه را برای بالا بردن سرمایه اجتماعی فراهم کرد. از این رو ایجاد انجمن در سازمان و شرکت فعال در آن زمینه را برای تقویت اعتماد بین افراد فراهم می‌کند که نتیجه آن بالا رفتن سرمایه اجتماعی خواهد بود.

فرضیه چهارم تاثیر سرمایه فرهنگی بر عملکرد زیست محیطی را بررسی می‌کند. نتیجه این فرضیه نشان داد که متغیر سرمایه فرهنگی با ضریب مسیر ۰/۳۷۱، و عدد معناداری ۷/۳۹ تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زیست محیطی دارد. در نتیجه فرضیه چهارم تایید می‌شود. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های غلامی و همکاران (۱۳۹۹)، حاجی‌زاده میمندی و فلک‌الدین (۱۳۹۶)، واقفی و حقیقتیان (۱۳۹۳) همخوانی دارد. با توجه به تاثیر سرمایه فرهنگی بر عملکرد زیست محیطی لازم است تا با ایجاد زیرساخت‌ها و برنامه‌های مناسب فرهنگی، فرهنگ سبز را در سازمان گسترش دهند و با فرهنگ‌سازی و آموزش اصول توسعه پایدار زیست محیطی باعث افزایش سرمایه فرهنگی شوند. فرضیه پنجم تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد زیست محیطی را بررسی می‌کند. نتیجه این فرضیه نشان داد که متغیر سرمایه اجتماعی با ضریب مسیر ۰/۲۲۱، و عدد معناداری ۴/۶۲ تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زیست محیطی دارد. در نتیجه فرضیه پنجم تایید می‌شود. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های رجب‌پور (۱۳۹۹)، ژانگ و همکاران (۲۰۲۰) همسو است. از این رو جهت بالا بردن سرمایه اجتماعی در راستای افزایش عملکرد زیست محیطی پیشنهاد می‌شود تا به ابعاد سرمایه اجتماعی توجه بیشتری داشته باشند و تعاملات و ارتباطات بیشتری با مشتریان و تامین‌کنندگان خود داشته باشند. فرضیه ششم نقش میانجی سرمایه فرهنگی را در بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی بررسی می‌کند. ضریب مسیر ۰/۱۸۳، و عدد معناداری ۶/۱۶ حاکی از معنادار بودن این رابطه است. در نتیجه نقش میانجی سرمایه فرهنگی در بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی تایید می‌شود. فرضیه هفتم نقش میانجی سرمایه اجتماعی را در بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی بررسی می‌کند. مسیر ۰/۱۰۱، و عدد معناداری ۴/۵۰ حاکی از معنادار بودن این رابطه است. در نتیجه نقش میانجی سرمایه اجتماعی در بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی تایید می‌شود. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های رجب‌پور (۱۳۹۹)، ژانگ و همکاران (۲۰۲۰) همسو است. فرضیه‌های ششم و هفتم بر اهمیت سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی در رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی تاکید می‌کنند. بنابراین با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی در ارتقاء رابطه شبکه‌های اجتماعی و عملکرد زیست محیطی، پیشنهاد می‌شود تا شرکت‌ها اقدامات و برنامه‌ریزی‌های خود جهت افزایش عملکرد زیست محیطی را با تاکید بر فعالیت‌های آموزشی، هنری و فرهنگی و همچنین رابطه‌های مبتنی بر اعتماد و احترام اجرا کنند.

## منابع

۱. اکبری تبار، علی اکبر. (۱۳۹۲). مطالعه در باب تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی و اوقات فراغت جوانان، ۱۱-۱۷.
۲. امیر پور، مهناز؛ گریوانی، مریم. (۱۳۹۲). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان، فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی، ۲۳-۲۹.
۳. حاجی‌زاده میمندی، مسعود؛ فلک‌الدین، زهرا. (۱۳۹۶). بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی بر رفتارهای زیست محیطی مسئولانه (مورد مطالعه: شهروندان شهر خرم‌آباد)، توسعه اجتماعی، (۱)، ۱۲-۳۶.
۴. حاجی‌زاده میمندی، مسعود. سیارخلج، حامد. شکوهی فر، کاوه (۱۳۹۳). بررسی عوامل فرهنگی مرتبط با رفتارهای زیست محیطی (مورد مطالعه: شهر یزد). فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، (۳)، ۳-۹.
۵. دبیری فرهاد و واحدناودان، عارف (۱۳۹۰). رسانه‌ها و توسعه حقوق محیط زیست. مطالعات رسانه‌ای، (۱۳)، ۶.

۶. رجب‌پور، ابراهیم. (۱۳۹۹). مدیریت منابع انسانی سبز و رفتار سازگار با محیط زیست کارکنان، با تاکید بر سرمایه اجتماعی، مدیریت سرمایه اجتماعی، ۷(۳)، ۳۷۱-۳۴۵.
۷. رحمان زاده، سیدعلی. (۱۳۸۹). کارکرد شبکه های اجتماعی مجازی در عصر جهانی شدن. مطالعات راهبردی جهانی شدن، سال اول، پیش شماره ۱.
۸. رضاییان، عالییه؛ ادیسی، افسانه. (۱۳۹۷). تاثیر شبکه های اجتماعی بر سبک زندگی نسل چهارم. فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات میان فرهنگی، ۱۳(۳۴)، ۳۶-۹.
۹. رستمی، محمد، جمیلی اسکویی، روزیتا، نشاط، الهه، فرقانی، محمدرضا. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر شبکه های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران (مطالعه موردی، کاربران استان اصفهان). فصلنامه علمی-پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۱۱(۲)، ۴۵-۷۲.
۱۰. صالحی امیری، سید رضا. (۱۳۸۶). مفاهیم و نظریه ی فرهنگی، تهران، انتشارات ققنوس.
۱۱. غلامی، علی اصغر؛ عباسی اسفنجیر، علی اصغر؛ حیدرآبادی، ابوالقاسم. (۱۳۹۹). سرمایه فرهنگی و رفتارهای زیست محیطی (مطالعه موردی: شهر ساری)، فصلنامه پژوهش اجتماعی، ۱۲(۴۸).
۱۲. فرامرزیانی، سعید؛ هاشمی، شهناز؛ فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۹۵). نقش استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر ارزش‌های اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان و میانسالان ساکن در شهرهای پنج استان کشور)، پژوهش‌های ارتباطی، ۲۳(۳)، ۱۱۳-۱۳۵.
۱۳. قلمی، زهرا؛ شجاع، اصغر. (۱۳۹۷). بررسی سلامت روان، سبک زندگی و هویت دینی بین کاربران فعال و عادی شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشکده حقوق و علوم سیاسی و علوم ارتباطات دانشاه علامه طباطبائی)، پژوهش‌های ارتباطی، ۲۵(۴)، ۱۶۰-۱۳۵.
۱۴. محبی، علی؛ کیا، علی اصغر. (۱۳۹۹). شبکه‌های اجتماعی و تغییرات فرهنگی بین دانشجویان دانشگاه‌های تهران؛ بر پایه ارزش‌های مادی و فرامادی اینگلهارت، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۱(۵۱)، ۹۰-۶۳.
۱۵. مرتضی اسکویی، سیدبهرام؛ اکبری، مرضیه‌سادات؛ بورقانی فراهانی، سهیلا. (۱۳۹۳). تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان علوم و تحقیقات)، مجله مدیریت فرهنگی، ۸(۲۳).
۱۶. واقفی، الهام؛ حقیقتیان، منصور. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر سرمایه فرهنگی (بعد نهادینه) بر رفتارهای زیست محیطی با رویکرد توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر شیراز)، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، ۸.

17. Ağan, Y., Kuzey, C., Acar, M. F., & Açıkgöz, A. (2016). The relationships between corporate social responsibility, environmental supplier development, and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 112, 1872-1881
18. Anthony Jr, B. (2019). Green information system integration for environmental performance in organizations: An extension of belief-action-outcome framework and natural resource-based view theory. *Benchmarking: An International Journal*.
19. Aparicio-Martínez, P., Ruiz-Rubio, M., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D., & Vaquero-Abellán, M. (2020). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46, 101304
20. Aldrich, D. P., & Meyer, M. A. (2015). Social capital and community resilience. *The American Behavioral Scientist*, 59(2), 254-269.
21. Aggarwal, C.C. (2011). *Social Network Data Analytics*. Springer Science Business Media, LLC, 1-14.

22. Bashir, H. & Bhat, S.A. (2017). Effects of Social Media on Mental Health: A Review. *International Journal of Indian Psychology*, 4 (3), 125-131.
23. Breinholt, A., & Jæger, M. M. (2020). How does cultural capital affect educational performance: Signals or skills? , *The British Journal of Sociology*, 71(1), 28-46.
24. Bourdieu, P. (1996). *The state nobility*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
25. Bourdieu, P. (1986). *The Form of Capital*, pp. 241 -58 in J. G. Richardson (ed), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, New York.
26. Cohen, R., Newton-John, T., Slater, A. (2018). 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Comput Hum Behav* 79, 68–74.
27. Davies, S., & Rizk, J. (2017). The three generations of cultural capital research: A narrative review. *Review of Educational Research*, 88(3), 331–365.
28. Dalziel, Poul & Caroline Saunders. (2009). *Sustainable Development and Cultural Capital*, Official Statistics Research Series, 5.
29. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error". *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50
30. Gelderman, C. J., Semeijn, J., & Mertschuweit, P. P. (2016). The impact of social capital and technological uncertainty on strategic performance: The supplier perspective. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 22(3), 225-234.
31. Gong, Z., Wang, H., Guo, W., Gong, Z., & Wei, G. (2020). Measuring trust in social networks based on linear uncertainty theory. *Information Sciences*, 508, 154-172.
32. Inkpen, A. C., & Tsang, E. W. (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer. *Academy of management review*, 30(1), 146-165.
33. Kawachi, I. (2001). Social capital for health and human development. *Development*, 44(1), 31-35.
34. Kim, Y. J., Kim, W. G., Choi, H. M., & Phetvaroon, K. (2019). The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 83–93.
35. Kwon, S. W., & Adler, P. S. (2014). Social capital: Maturation of a field of research. *Academy of Management Review*, 39(4), 412–422.
36. Li, Y., Dai, J., & Cui, L. (2020). The impact of digital technologies on economic and environmental performance in the context of industry 4.0: A moderated mediation model. *International Journal of Production Economics*, 229, 107777.
37. Lin, N. (2017). Building a network theory of social capital. In *Social capital*, 3–28. Routledge.
38. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
39. Putnam, R.D. (1993). *The prosperous community: social capital and public life* , *The American Prospect*, 4(13), 35-42.
40. Rötzel, P. G., Stehle, A., Pedell, B., & Hummel, K. (2019). Integrating environmental management control systems to translate environmental strategy into managerial performance. *Journal of Accounting & Organizational Change*.
41. Roscoe, S., Subramanian, N., Jabbour, C. J., & Chong, T. (2019). Green human resource management and the enablers of green organisational culture: Enhancing a firm's environmental performance for sustainable development. *Business Strategy and the Environment*, 28(5), 737-749.

42. Rehman, S. U., Bhatti, A., Kraus, S., & Ferreira, J. J. (2020). The role of environmental management control systems for ecological sustainability and sustainable performance. *Management Decision*.
43. Singh, S. K., Mazzucchelli, A., Vessal, S. R., & Solidoro, A. (2021). Knowledge-based HRM practices and innovation performance: Role of social capital and knowledge sharing. *Journal of International Management*, 27(1), 100830.
44. Salgur, S. (2016). How Does Use of Social Networking Affect Family Communication of Teenagers? *Euromentor Journal Studies about Education*, 7(1), 21-32.
45. Severo, E. A., Guimarães, J. C. F. D., Dellarmelin, M. L., & Ribeiro, R. P. (2019). The influence of social networks on environmental awareness and the social responsibility of generations. *BBR. Brazilian Business Review*, 16, 500-518.
46. Simon, J., & Ainsworth, J. W. (2012). Race and socioeconomic status differences in study abroad participation: The role of habitus, social networks, and cultural capital. *International Scholarly Research Notices*.
47. Sirola, A., Kaakinen, M., Savolainen, I., & Oksanen, A. (2019). Loneliness and online gambling-community participation of young social media users. *Computers in Human Behavior*, 95, 136-145.
48. Sueb, M., & Keraf, M. N. I. (2012). Relasi Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14001 dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Dinamika Manajemen (Journal of Management Dynamics)*, 3(1).
49. Wei, Y., Bergiel, B., & Song, L. (2019). Effects of parental cultural capital on purchase intention of cognac. *International Journal of Wine Business Research*.
50. White, J., White, J., Aragon, S. & Pascale, A. (2019). Collegiate Cultural Capital and Integration into the College Community.
51. Yang, D., & Xiao, T. (2017). Pricing and green level decisions of a green supply chain with governmental interventions under fuzzy uncertainties. *Journal of Cleaner Production*, 149, 1174-1187.
52. Zhang, Q., Pan, J., Jiang, Y., & Feng, T. (2020). The impact of green supplier integration on firm performance: The mediating role of social capital accumulation. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 26(2), 100579
53. Zhu, Q., Sarkis, J., Cordeiro, J. J., & Lai, K. H. (2008) . Firm-level correlates of emergent green supply chain management practices in the Chinese context. *Omega*, 36(4), 577-591.