

الگوی رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی

سید علی اکبر افجهء*

اردشیر انتظاری**

نجمه سادات مرتجی***

تاریخ دریافت: ۹۴/۴/۷

تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۲/۲۴

چکیده

شبکه‌های اجتماعی و مشارکت، مفاهیمی به شدت رایج در جهان معاصر به‌ویژه در میان دانشگاهیان است. اهمیت اشتراک دانش در این است که موجبات یادگیری را فراهم می‌سازد. این در حالی است که نقش یادگیری به‌عنوان ظرفیتی بالقوه برای ایجاد توسعه پایدار جوامع انسانی در عصر تکنولوژی‌های اطلاعات و ارتباطات مورد توجه است. هدف پژوهش حاضر ارائه الگوی رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی است. این پژوهش از نوع توصیفی-

* استاد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی. Afjahi@atu.ac.ir

** دانشیار جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی. ali@entezari.ir

*** دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی. (نویسنده مسئول). n_mortaji@yahoo.com

اکتشافی است و از روش پیمایش الکترونیک بهره‌مند است. ۲۰۳ نفر از اعضای شبکه از جمعیت آماری شبکه اجتماعی دانشگاه تهران، نمونه اتفاقی این پژوهش را تشکیل می‌دهند. پرسشنامه استاندارد رفتار اشتراک دانش از دو طریق ارسال ایمیلی و نمایش لینک پرسشنامه بر روی صفحه وب شبکه اجتماعی در مدت زمان ۳ ماه و در دو نوبت توزیع شد. برای بررسی کفایت حجم نمونه شاخص *KMO* به کار گرفته شد. داده‌های به‌دست‌آمده از پیمایش، از طریق تحلیل عاملی تأییدی، با استفاده از نرم‌افزار *LISREL* مورد پردازش قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که به ترتیب عوامل گروهی، عوامل فردی و عوامل محیطی بر اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی دانشگاهی اثرگذار است. همچنین، از عوامل گروهی: ارتباطات؛ از عوامل فردی: نگرش به منظور اشتراک دانش؛ و از عوامل محیطی: عامل محیط فرهنگی (آموزشی) بیشترین تأثیرات را بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی دانشگاه تهران داشته است.

واژه‌های کلیدی: الگوی رفتار، اشتراک دانش، فضای مجازی، شبکه اجتماعی

مقدمه

دانش از مهم‌ترین منابع رقابتی بوده و سرمایه‌های دانش به‌طور عمده در اذهان افراد نهفته است و اشتراک دانش به‌عنوان فعالیتی نظام‌مند مطرح است که باهدف انتقال و مبادله دانش و تجربه افراد انجام می‌گیرد. رصد تحولات عرصه دانش نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار قدرتمندی برای اشتراک دانش افراد و به‌تبع آن یادگیری در فضای مجازی می‌باشند. بلاگ‌ها، دانشنامه آزاد و یکی‌پدیا و شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی همگی بخشی از بستری هستند که امکان پیوند و مشارکت با دیگران را در خصوص به اشتراک‌گذاری دانش به نحوی گسترده‌تر فراهم می‌سازند. از طرفی با تغییرات سریع فناوری، جامعه دانشی در محیط برخت در حال شکل‌گیری

است. چنانچه یونسکو^۱ در "حرکت به سمت جامعه دانشی"^۲، الزام اخلاقی حرکت از تقسیم دانش به تسهیم دانش در سطح جهانی را لازمه تحقق جامعه دانشی می‌داند (Seibold, 2009: 262) و راب کراس از "قدرت پنهان شبکه‌های اجتماعی" (به نقل از کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۴۵) سخن می‌گوید. اشتراک دانش به‌عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای تحقق و تولید جامعه دانشی شناخته شده است. در این میان، به مدد فناوری، "آزادی برای یادگیری"^۳ برای همگان در سرتاسر کره خاکی از طریق به اشتراک‌گذاری ثروت جهانی دانش^۴ که به‌صورت سیال در فضای مجازی در اختیار است، در حال روی دادن است که شیوه رفتار انسان را نیز دستخوش تغییر کرده است. کاربرد شبکه‌های اجتماعی در جهت دستیابی به اهداف مدیریتی در دنیا مورد توجه است و در ایران نیز با رشد و توسعه شبکه‌های اجتماعی به مفهوم عام شبکه و شبکه‌های اجتماعی تخصصی به‌صورت خاص، موضوع اشتراک دانش و تسهیل همکاری میان اعضا از موضوعات نوپایی است که در حوزه مطالعات رفتاری جایگاهی برای خود ایجاد کرده است.

بیان مسئله و اهمیت موضوع

مرور دقیق ادبیات موضوع در حوزه فضای مجازی بیانگر رونق مطالعات این حوزه است اما آنچه کمتر مورد توجه قرار گرفته است، شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی است. فقدان مطالعات داخلی در حوزه فضای مجازی ایرانی، آن‌هم در شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی، چگونگی تعامل دانشجویان که کاربران اصلی این شبکه‌ها هستند، خلأ تحقیقاتی حوزه رفتار در فضای مجازی است. در این میان مطالعاتی هم که در زمینه

-
1. UNESCO
 2. Towards knowledge societies
 3. Freedom to learn
 4. Knowledge world's wealth

آموزش انجام گرفته است، در خصوص مشارکت^۱ و تعامل^۲ افراد بوده است. در حالی که رفتار کاربران فرآیندی فراتر از مشارکت و تعامل است و به شدت محتاج لحاظ کردن عوامل فردی، گروهی و محیطی در کنار یکدیگر است. شبکه اجتماعی بسیاری از دانشگاه‌های برجسته دنیا چون هاروارد^۳، فلوریدا^۴، سن دیه‌گو^۵، یو سی آل^۶ با تأکید بر اهمیت نقش این شبکه‌ها در پیشبرد اهداف علمی و پژوهشی دانشگاه، دانشجویان را به عضویت، ارتباط و به اشتراک‌گذاری محتوا و... تشویق می‌کنند. با وجود نفوذ و فراگیری فزاینده بسترهای مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی تخصصی در ایران، این شبکه‌ها تا به امروز چندان مورد استفاده دانشگاهیان قرار نگرفته‌اند. یعنی ملاحظه می‌شود که شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی در فضای برخط فعال نیستند و یا اشتراک دانش در سطح مرزهای علمی در این شبکه‌ها به خوبی اتفاق نمی‌افتد؛ همین موضوع منشأ شکل‌گیری این مطالعه بوده است. از آنجاکه تاکنون هیچ مطالعه مستقلی در حوزه علوم میان‌رشته‌ای به کاوش پدیده الگوی رفتاری اشتراک دانش در محیط برخط نپرداخته است، این پژوهش کوشیده است تا خلأ پژوهشی مزبور را پر کند؛ زیرا به منظور افزایش اثربخشی آموزش، شناخت عواملی که بر اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی مؤثر است ضروری می‌نماید و به سیاست‌گذاری‌هایی منجر می‌شود که باعث توسعه فرهنگ اشتراک دانش و به تبع آن یادگیری در فضای مجازی خواهد شد. اهمیت این تحقیق، همسویی آن با اولویت‌های علم و فناوری کشور است؛ همان‌طور که در سند نقشه جامع علمی کشور مصوب ۹۰/۲/۲۴ حمایت از توسعه علوم و فناوری‌های میان‌رشته‌ای و توجه به علوم شناختی و رفتاری، در اولویت قرار دارد. بنابراین، بسترسازی این حوزه جدید، سرمایه‌گذاری گرانسنگی برای توانمندسازی

-
1. Participation
 2. Interaction
 3. <http://www.harvard.edu/social-media>
 4. <https://www.fsu.edu/socialmedia/>
 5. <https://www.sandiego.edu/.../social-networking>
 6. <https://www.ucl.ac.uk/social-media>

فضای مجازی ایران از نظر تولید محتوا بوده و این نتیجه در راستای راهبردهای کلان ملی که در سند نقشه جامع علمی کشور، ۱۳۹۱ آمده است، حاصل خواهد شد:

- ارتقای سطح مشارکت دانشمندان و نقش آفرینان در عرصه علم و فناوری
- افزایش دسترسی به منابع علمی از طریق گسترش کتابخانه های عمومی و

مجازی

- استقرار نظام مدیریت دانش و تقویت سازوکارهای تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح و انتشار و استفاده از آن ها به ویژه با تقویت زیرساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات

- حمایت از ایجاد و توسعه شبکه های تحقیقاتی و فناوری به منظور افزایش تعاملات و تسهیل انتقال و انتشار دانش

- ارتباط مستمر و هم افزا در بین سه جریان تولید، انتشار و کاربرد و توسعه دانش
- نهادینه کردن مدیریت دانش و ابتنای مدیریت جامعه بر اخلاق و دانش
- توجه به علم و تبدیل آن به یکی از گفتمان های اصلی جامعه و ایجاد فضای مساعد، برای شکوفایی و تولید علم و فناوری.

بنابراین، اهمیت اشتراک دانش در این است که باعث یادگیری می شود و نقش یادگیری همتا به همتا^۱ به عنوان عامل مهمی برای رشد جوامع انسانی و ضرورتی غیرقابل انکار در دوره فعلی حیات بشر است. رمز این نوع یادگیری که رویکردی جدید به یادگیری در جوامع علمی دنیاست، در ساخت فرآیندهای یادگیری حول محور تولیدات باز و مشارکتی است. بنابراین هدف از این تحقیق، ضمن توسعه دانش در زمینه رفتار در فضای مجازی ایرانی، ارائه الگوی عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه است. دستیابی به این الگو باعث خواهد شد که مشوق های اشتراک دانش در محیط برخط دانشگاهی تقویت و موانع مرتبط با آن از میان برداشته شود و

1. Peer to Peer Learning

شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی می‌توانند به هم‌افزایی دانش در جامعه کمک کرده و توسعه اجتماعات علمی در فضای مجازی که باعث رشد همه‌جانبه کشور است، سرعت پیدا کند. در این راستا، شبکه‌های اجتماعی تخصصی می‌توانند مدل جذب کاربر خود را تغییر داده و مانند واحدهای نوآور و شرکت‌های دانش‌بنیان به جذب کاربر جدید بپردازند. نتایج ارائه الگوی رفتار اعضاء در این فضا می‌تواند برای تمام زمینه‌های صنعتی، تجاری، آموزشی، بهداشت و سلامت و... که دغدغه تولید دانش و یادگیری دارند مورد استفاده قرار گیرد. در ادامه پس از مرور پیشینه تحقیق، چارچوب مفهومی و روش تحقیق، تشریح می‌شود و به دنبال آن یافته‌های پژوهش بررسی و نتیجه‌گیری از مطالب و پیشنهادها بیان می‌شود.

پیشینه تحقیق

مطالعات انجام‌شده در حوزه اشتراک دانش، نشان می‌دهد که عوامل متعددی بر رفتار اشتراک دانش مؤثرند. این عوامل همان‌گونه که برخی مطالعات (En, 2011; Eugene, 2010; Habeeba, 2010) به آن اشاره دارند به عوامل روانشناسی فردی، اجتماعی، محیطی، فناورانه و فرهنگ‌سازمانی تقسیم‌بندی می‌شوند. پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که نقش این عوامل در حوزه مدیریت دانش سازمانی مطالعه شده است، از جمله می‌توان به شاخصه‌های موفقیت مدیریت دانش (دسترنج مقمانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۹۹)، فرهنگ (رهنورد و محمدی، ۱۳۸۸: ۳۷-۵۲؛ قلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۵-۷۳؛ خاتمیان فر و پریخ، ۱۳۸۸: ۲۳۵-۲۲۳)، زیرساخت‌های فنی (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۵-۷۳) و الگوسازی فرآیندها (رهنورد و محمدی، ۱۳۸۸: ۳۷-۵۲) اشاره کرد. همچنین، عوامل فردی در اشتراک دانش مطالعه شده است. برای مثال، نقش نگرش افراد برای اشتراک‌گذاری دانش مهم دانسته شده و برخی معتقدند نگرش جزء مهمی است که بیش از هنجار اجتماعی بر تمایل فرد بر اشتراک دانش مؤثر است

(Zhikun & Fungfai, 2009). انگیزه از دیگر عوامل فردی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش است. دسترسی به اطلاعات، تعامل اجتماعی، هویت و سرگرمی عوامل انگیزشی هستند که از طریق آن‌ها می‌توان استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای اهداف کاری را پیش‌بینی کرد. اگرچه این نتایج در مطالعات گوناگون، یکسان گزارش نشده است، برای نمونه، تعاملات اجتماعی و هویت به‌عنوان انگیزه افراد برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأیید نشده است (Zande, 2013). درحالی‌که تحقیق دیگر، انگیزه افراد برای استفاده از انواع گوناگون رسانه‌های اجتماعی را تعاملات اجتماعی افراد و هویت شخصی می‌داند (Wu, et al. 2012) عواملی مانند لذت (Chang & Chuang, 2011)، ارتباطات (Zhang & Fai, 2013) و تعهد (Wu et al. 2012) به‌عنوان عوامل انگیزشی افراد برای اشتراک دانش مطالعه و آزمون شده است.

از طرفی، روانشناسان اجتماعی به بررسی اثراتی که محیط بر روی نگرش‌ها و رفتارها می‌گذارند پرداخته‌اند. عامل تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات به‌عنوان یکی از عوامل محیطی مطرح می‌شود که دسترسی به بدنه عظیم دانش سیال در فضای مجازی را میسر کرده است. استفاده از فناوری اطلاعات، هم فناوری‌های مبتنی بر وب و هم فناوری‌های کاربر محور، به‌عنوان عامل میانجی، تمایل به اشتراک دانش را افزایش داده و رفتار اشتراک دانش را تسهیل می‌کند (Agarwal, et.al, 2012).

محیط فرهنگی (آموزشی)

در مکتب رفتارگرایی فرض بر این است که رفتار زیربنای محیطی دارد و مبتنی بر یادگیری از محیط است و با تغییر محیط می‌توان رفتار را تغییر داد و یا مدیریت کرد (افجه، ۱۳۹۰: ۸). نیاز به احترام، مهم‌ترین منبع انگیزش شناخته شده که می‌تواند علت درونی یا بیرونی داشته باشد. از عوامل درونی می‌توان نیاز به احترام، ایجاد تغییر در

دیگران، متقاعد ساختن و سرانجام عوامل محیطی^۱ دیگر را نام برد (همان: ۱۸۹). مطابق آنچه در تئوری روانشناسی فردی آمده است، رفتار فرد می‌تواند به واسطه تعاملات فرد با محیطش تغییر کند (Bornsheuer-Boswell et al. 2013). هم‌راستا با این نظریه، تئوری یادگیری رفتاری، تغییر رفتار افراد را نتیجه مواجهه آنان با یک محرک و یا پاسخ به محیط می‌داند. (Ormrod, 1995) در این میان، روانشناسی اجتماعی نحوه تفکر، احساس و عمل آدمی در محیط‌های اجتماعی را بررسی می‌کند و به چگونگی تأثیر متقابل محیط‌های اجتماعی در اندیشه‌ها، احساسات و اعمال انسان پاسخ می‌دهد. بررسی محیط به این دلیل ارزشمند است که برخی رفتار را به پاسخ‌هایی محدود می‌کنند که به ضرورت محیط یا موقعیت از انسان سر می‌زند. پس روش‌های علمی برای درک و توضیح چگونگی تأثیرپذیری افکار، احساسات و رفتار افراد از حضور واقعی، تخیلی یا ضمنی افراد دیگر، محل بحث است (Allport, 1985).

شبکه اجتماعی

افراد در شبکه‌های اجتماعی حول محور همکاری و مشارکت حضور پیدا می‌کنند و با عضویت در آن‌که با دلایل شخصی یا حرفه‌ای است با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی را می‌توان جوامع اینترنتی عضو محوری دانست که از تمام امکانات برای پرورش اجتماعی شدن و وابسته شدن کاربران به همدیگر استفاده می‌کند و بر میزان اجتماعی شدن کاربران تأثیر می‌گذارد. به عبارتی، این شبکه‌ها ابزار یادگیری در فضای مجازی هستند که استفاده‌کنندگان را برای ایجاد، انتشار و اشتراک‌گذاری کارهایشان قادر کرده و تعامل و همکاری بین یادگیرنده‌ها را تسهیل می‌کنند (Selwyn, 2008). ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی بدین ترتیب است: هدف: رابطه مبتنی بر علائق فردی، بحث کردن، مواجه شدن با موضوعات خاص، کثرت و ناهمگنی انگیزه‌ها؛ تعلق

1. Environmental variable

داشتن: خودانگیختگی و استقلال؛ زمان: نامحدود بودن؛ به هم پیوستگی و عوامل اختیار دهنده: سطح بالای اعتماد، احساس مسئولیت، مهارت‌های فناورانه سطح بالا، انتشار یا توزیع و ارزشیابی (Pettenati & Ranieri, 2006).

محل تمرکز این مطالعه، شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی است. این نوع از شبکه، ساختاری است که تولید محتوا در آن توسط افرادی صورت می‌گیرد که افکار، ایده‌ها، نظرات، عقاید و علاقه‌مندی‌های مشترک دارند و دانش و اطلاعات، تجربیات و مهارت‌های خود را در زمینه خاصی به اشتراک می‌گذارند. شرط اول تعامل میان افراد در این شبکه‌ها، اجتماعی شدن آن‌هاست یعنی افراد ابتدا باید با یکدیگر آشنا شوند (Chiu, et, al. 2006). اجتماعی شدن یعنی شکل دادن حداقل تعداد کمی از ارتباطات میان فردی و مراقبت از آن‌که این مهم جزء نیازهای ذاتی تمام افراد است. مجموعه این اتصالات یا گره‌های به هم پیوسته میان اجزاء را شبکه می‌نامند که ساختارهایی باز و پویا هستند و واحد اصلی در آن، فرد است. این ساختارها به واسطه نوآوری فناوری در فضای مجازی تولید می‌شوند و بر اهمیت روابط تأکید می‌کنند. بدون هیچ محدودیتی گسترش می‌یابند و ابزار مناسبی برای فعالیت‌های گوناگونی هستند (کاستلز، ۱۳۸۰). شبکه‌ها رابطه ساز هستند و می‌توان آن‌ها را مجموعه یا سیستم درون پیوندی^۱ دانست که هدف آن به اشتراک گذاشتن یک قابلیت یا توانایی است که با توجه به ماهیت فضای مجازی، از قید زمان و مکان فارغ است. امروزه با توجه به اهداف شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی می‌توان گفت که هفت گروه شبکه اجتماعی شامل شبکه ارتباطات اجتماعی^۲، اشتراک چند رسانه‌ای^۱، شبکه‌های اجتماعی تخصصی^۲، شبکه‌های اطلاعاتی^۳، شبکه‌های آموزشی^۴، شبکه‌های سرگرمی^۵ و انجمن‌های علمی^۶ وجود دارد.

-
1. Interconnected
 2. Social Connections

ارتباطات

محسنیان راد در تعریف ارتباطات می‌گوید: ارتباطات معادل فارسی کلمه انگلیسی کامیونیکیشنز^۷ است که از نظر معنا بیشتر جهت‌گیری فناورانه دارد (محسنیان راد، ۱۳۸۳: ۵). افجه به نقل از دنس فرنک و لارسون، در تعریف ساده‌ای از ارتباطات، آن را مبادله اطلاعات و کاری که روی آن برای انتقال به دیگران صورت می‌گیرد بیان می‌کند و معتقد است که اساساً ارتباطات از یک معنای ساده‌گفتن، شنیدن یا عمل و عکس‌العمل، به معنای بسیار پیچیده و هم‌زمان به روشی کاربردی به گونه‌ای تغییر کرده است که می‌توان آن را به معنای انتقال اطلاعات، مبادله اطلاعات و مذاکره و مبادله در نظر گرفت (افجه، ۱۳۹۰: ۲۳۶-۲۴۰). فریدسون در تعریف ارتباط می‌نویسد: ارتباط جمعی از این نظر ممکن است از سایر اقسام ارتباط متمایز باشد که قسمت بزرگی از عامه را به جای تعدادی محدود یا بخش خاصی، مخاطب قرار می‌دهد. این تصویر مجازی از پاره‌ای وسایل فنی انتقال ارتباط نیز به وجود می‌آورد؛ بنابراین اشتراک دانش، فرآیند ارتباطات است؛ که در این فرآیند، افراد هم‌دانش خود را با دیگری به اشتراک می‌گذارند و هم از دیگری کسب می‌کنند. (Usoro et al. 2007) این ارتباطات شکل‌های گوناگونی دارد که یا با کمک فناوری و یا بدون حضور آن (Lin, et al. 2009) انجام می‌شود که در آن دو یا چند نفر با اهداف و علاقه‌مندی‌های مشترک و درک شباهت‌ها، می‌توانند سوء تفاهم را در ارتباطات به حداقل رسانده و در شبکه به اشتراک دانش یا اطلاعات بپردازند (Wu, et al. 2012). اصل همه این فعالیت‌ها ریشه در روابط اجتماعی افراد در جامعه دارد (Bolisani, 2009: 5) پس اگر روابط اجتماعی

1. Multimedia Sharing
2. Professional networks
3. Informational
4. Educational
5. Hobbies
6. Academic
7. Communications

تا این حد اهمیت دارد باید دید که شبکه وب^۱ که بستر این مطالعه است، چقدر اجتماعی است؟ برای پاسخ به این سؤال، بررسی سه شکل اجتماعی کردن^۲ که شامل شناخت، ارتباطات و همکاری است (Hofkirchner, 2013) ضروری به نظر می‌رسد. بر این اساس ایجاد فضاهای تعاملی مشترک، به واسطه تعامل آگاهانه افراد با یکدیگر و از طریق خصوصیات شناختی مشخصی که دارند صورت می‌پذیرد. البته گاهی این فضاها صرفاً برای ارتباطات نیست بلکه هدف، تولید خصوصیت جدید اجتماعی است که به واسطه مشارکت ایجاد می‌شود.

لذت بردن از کمک به دیگران

مهم‌ترین انگیزه‌های کاربران این‌چنین تعریف شده است: الف. وجود اطلاعات مورداحتیاج ب. سهولت توزیع اطلاعات ج. اشتیاق کمک کردن به دیگران؛ د. تشویق توسط مدیران (Chau & Maurer, 2005). برای شناخت انگیزه‌ها، باید بدانیم افراد به دلایل و منطق گوناگون تصمیم می‌گیرند که با دیگران مشارکت کنند. عوامل انگیزشی که در فرآیند به اشتراک‌گذاری دانش در سازمان‌ها تأثیر می‌گذارند شامل سود دوطرفه، پشتیبانی سازمان، اعتماد و ارتباطات، مشوق‌ها، انگیزه‌های شخصی و افزایش شهرت می‌باشد (Kumaresan & Liberona, 2013)؛ اما شناخت انگیزه افراد برای اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی چالش مدیریتی نوظهوری است؛ زیرا از طرفی رفتار اشتراک دانش همان رفتار همیاری میان فردی^۳ تعریف شده چراکه تصور می‌شود که رفتار اشتراک دانش، شبیه بسیاری از رفتارهای داوطلبانه مانند رفتار شهروند سازمانی^۴ است (Olatokun & Nwavor, 2012; Akhavan et.al, 2013) در رفتار شهروند سازمانی، نوع دوستی به فعالیت‌هایی گفته می‌شود که کارمندان به‌طور خودجوش انجام

-
1. www
 2. Socialization
 3. Interpersonal helping behavior
 4. Organizational Citizenship Behavior (OCB)

می‌دهند تنها به دلیل این که میل و آرزوی کمک به دیگران و سازمان را دارند (Castro et.al. 2004) آنچه باعث کمک به دیگران می‌شود، انگیزش‌های خارجی نیست که پیشران اقدامات افراد می‌شود بلکه این ویژگی شخصیتی همه انسان‌ها است که عموماً دوست دارند که به دیگران کمک کنند (Kankanhalli, et.al. 2005).

در پژوهش حاضر، متغیر لذت بردن از کمک به دیگران با چند گویه سنجش شده است: "در این شبکه افراد از پاسخ دادن به سؤالات یا درخواست دیگر اعضا لذت می‌برند؛ در این شبکه، اعضا به یکدیگر در خصوص کسب مهارت‌های جدید کمک می‌کنند فارغ از این که چه کسی عضو قدیمی‌تر شبکه است؛ در این شبکه افراد، اخبار دانشگاه را برای دیگر اعضا به‌روزرسانی می‌کنند؛ در این شبکه افراد با همدیگر در خصوص راه‌های بهتر مطالعه برای کسب نتیجه علمی بهتر همفکری می‌کنند". لذت بردن از کمک به دیگران، به‌عنوان انگیزه‌ای برای حضور و فعالیت در شبکه اجتماعی مطرح است. به نظر می‌رسد این انگیزه، داخلی و مهم‌تر از انگیزه‌های خارجی است زیرا انگیزه‌های خارجی موقتی هستند.

نگرش

اهمیت بحث در خصوص نگرش از دو منظر قابل بررسی است: اول این که نگرش موضوعی فردی است و تفاوت‌های فردی در آن اثرگذار است و دوم این که نگرش، باعث شکل‌گیری رفتار می‌شود. نگرش احساسی است که در درون فرد ایجاد می‌شود و در رفتار بروز پیدا می‌کند. انسان‌ها بر اساس آنچه در درون و ذهن آن‌ها می‌گذرد رفتار خواهند کرد. انسان نمی‌تواند در درون دچار تلاطم و حرکت باشد، ولی در بیرون آرام و بی‌حرکت بماند. چیزی نمی‌گذرد که تلاطم‌های درونی بر جلوه‌های بیرونی اثر می‌گذارد (ماکسول ۱۳۸۳:۳۰)؛ بنابراین، نگرش به باورهای رفتاری فرد برمی‌گردد که بر درک مثبت یا منفی او از عواقب انجام یک رفتار تأثیر می‌گذارد (Fishbein & Ajzen, 1975). روانشناسی اجتماعی دو نوع نگرش را بررسی می‌کند. نگرش، نظام بادوامی

است که شامل یک عنصر شناختی، یک عنصر احساسی و تمایل به عمل است. عنصر شناختی، شامل اعتقادات و باورهای شخص درباره یک اندیشه یا شیء است. عنصر احساسی یا عاطفی، آن است که معمولاً نوع احساس عاطفی با باورهای ما پیوند دارد و تمایل به عمل به جهت آمادگی برای پاسخگویی به شیوه‌ای خاص اطلاق می‌شود. (کریمی، ۱۳۷۳: ۲۹۵). از سویی رضاییان نگرش را بیانگر تعامل شناخت، عواطف و گرایش‌های رفتاری نسبت به عوامل محیطی می‌داند و در سه بخش عاطفی^۱، شناختی^۲ و رفتاری^۳ آن را دسته‌بندی می‌کند (رضاییان، ۱۳۸۳: ۲۰۳).

مرور مطالعات در موضوع اشتراک دانش نشان می‌دهد که برخی (Kuo & Young, 2008; Jiacheng, et.al. 2010) نگرش را به‌صورت غیرمستقیم در اشتراک دانش دخیل می‌دانند و برخی دیگر معتقدند نگرش جزء مهمی است که بیش از هنجار اجتماعی بر تمایل فرد بر اشتراک دانش مؤثر است (Zhikun & Fungfai, 2009).

تکنولوژی

دانش، پدیده‌ای انسانی است، اما برای خلق، نگهداری و به اشتراک‌گذاری آن، تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات نقش پشتیبان را ایفا می‌کند. هنریکس در سال ۱۹۹۹ و لئو در سال ۲۰۰۶ با اشاره به اهمیت نقش تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات^۴ در تسهیل اشتراک دانش، آن را مولود توسعه فناوری اطلاعات و انتقال دانش دانسته‌اند. نسل قدیم وب (وب ۱) افراد را به اطلاعات متصل می‌کرد درحالی‌که رسالت وب ۲ که تعاملی‌تر شده است، مرتبط کردن افراد به یکدیگر باهدف دست یافتن به اطلاعات و دانش، برای شکل دادن "ما"ی واحدی است که مصداق تعبیر براون و آدلر است که معتقدند این

-
1. Affect component
 2. Cognition component
 3. Behavioral component
 4. ICT: Information Communication Technology

الگوی رفتار اشتراک دانش در شبکه ... ۱۰۳

تفکر که "من فکر می‌کنم، پس هستم" به تفکر "ما مشارکت می‌کنیم، پس هستیم" تغییر پیدا کرده است (Brown & Adler, 2008: 18).

به مدد فناوری، رسانه‌های اجتماعی به منبع خوش بینی فکری و واقعیتی برای اهداف آموزشی تبدیل شده‌اند (Danciu et al. 2011) به عبارت دیگر، شبکه‌های اجتماعی که در بستر تکنولوژی ایجاد شده و توسعه پیدا کرده‌اند، در بردارنده رفتارهای اجتماعی انسانی هستند که تکنولوژی به انجام آنها، تشویق و یا به ارتقای سطح این رفتارها کمک می‌کند.

مطابق آنچه گذشت، می‌توان سؤالات تحقیق را به شرح زیر بیان کرد:

الف. عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی دانشگاهی کدام‌اند؟

ب. عوامل فردی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی دانشگاهی کدام‌اند؟

ج. عوامل گروهی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی دانشگاهی کدام‌اند؟

د. عوامل محیطی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی دانشگاهی کدام‌اند؟

روش تحقیق

قبل از ورود به بخش روش تحقیق، به تعریف متغیرها و مفاهیم می‌پردازیم. با توجه به این که رفتار تابعی از عوامل فردی، گروهی و محیطی است بنابراین در این تحقیق رفتار اشتراک دانش متغیر وابسته است. متغیرهای مستقل شامل عوامل فردی، گروهی و محیطی است که ابعاد عوامل فردی، شامل اشتراک دانش آگاهانه، نگرش به منظور اشتراک دانش و لذت بردن از کمک کردن دیگران است. ابعاد عوامل

گروهی شامل، ارتباطات و تعاملات اجتماعی و ابعاد عوامل محیطی شامل محیط آموزشی و شاخص تکنولوژی است که به اختصار در جدول ۴ آمده است.

ارتباطات: به اجتماعی شدن افراد گفته می‌شود که در آن، فرد با دیگر اعضای شبکه به منظور مبادله اطلاعات و انتقال آن کوشش می‌کند؛ و خلأ ساختاری بین خود و دیگران را به نحو مناسبی پر می‌کند.

اشتراک دانش آگاهانه: فرایندی است که در آن فرد به توسعه آگاهانه مشارکت و تعاملات خود باهدف یادگیری می‌پردازد.

محیط فرهنگی (آموزشی): در این محیط اعضا به راحتی ایده‌هایشان را به اشتراک می‌گذارند زیرا در این شبکه کسی سرزنش نمی‌شود؛ مدیر شبکه در اطلاع‌رسانی به اعضا فعال است؛ اشتراک‌گذاری دانش از سوی دیگر اعضا مورد تقدیر واقع می‌شود؛ همه افراد به اشتراک دانش تشویق می‌شوند و به اشتراک دانش در این شبکه پاداش داده می‌شود.

رفتار اشتراک دانش: رفتار داوطلبانه فرد در رساندن تجربیات و تخصص خود به دیگر اعضای است که گمان می‌کند بتواند از دانش و تجربیات آن‌ها استفاده کند.

این پژوهش، از نظر هدف، کاربردی است؛ و با توجه به این که قصد دارد تا عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در دانشگاه را شناسایی کند از نوع توصیفی-اکتشافی است. شاخص‌های رفتار، عوامل فردی، گروهی و محیطی هستند که ابعاد آن و تعداد سؤالات مربوط به هرکدام در جدول ۳ آمده است. گردآوری داده‌ها در این پژوهش از طریق پیمایش الکترونیک^۱ مبتنی بر ایمیل و وب انجام شده است. جامعه آماری در این تحقیق تمام اعضای شبکه اجتماعی دانشگاه تهران است که به آدرس <http://utec.ut.ac.ir> در شبکه اجتماعی دانشگاه تهران ثبت‌نام کرده و صاحب پروفایل

1. Online survey

الگوی رفتار اشتراک دانش در شبکه ... ۱۰۵

هستند. ابتدا پرسشنامه الکترونیک در گوگل درایو^۱ طراحی و لینک پرسشنامه، از دو طریق ایمیلی و نمایش بر صفحه شبکه اجتماعی برای مدت ۳ ماه و در دو نوبت برای تمام اعضاء شبکه اجتماعی ارسال شده است و مجموعاً ۲۰۳ نفر به پرسشنامه الکترونیک پاسخ داده‌اند. پرسشنامه به خدمت گرفته شده در این تحقیق، پرسشنامه استاندارد سلیمان^۲ و شامل ۴۰ سؤال بوده است. در تحقیق حاضر برای اندازه‌گیری تمام متغیرهای مورد بررسی از طیف پنج‌قسمتی لیکرت به صورت "کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم" استفاده شده است. برای بررسی کفایت حجم نمونه در این مطالعه شاخص KMO به کار گرفته شده است. از آزمون کرویت بارتلت برای شناسایی ساختار (مدل عاملی) نامناسب استفاده شده است. با توجه به جدول ۱ مقدار شاخص KMO در این تحقیق بیشتر از ۰/۶ است، پس تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین احتمال خطای^۳ آزمون بارتلت، کوچک‌تر از ۵ درصد است، پس تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است.

جدول ۱- نتایج آزمون کرویت بارتلت و KMO جهت بررسی کفایت عوامل پرسشنامه

متغیر	KMO	Sig
عوامل فردی	۰/۷۶۳	۰/۰۰۰
عوامل گروهی	۰/۸۴۹	۰/۰۰۰
عوامل محیطی	۰/۸۰۲	۰/۰۰۰

بررسی روایی سازه مدل

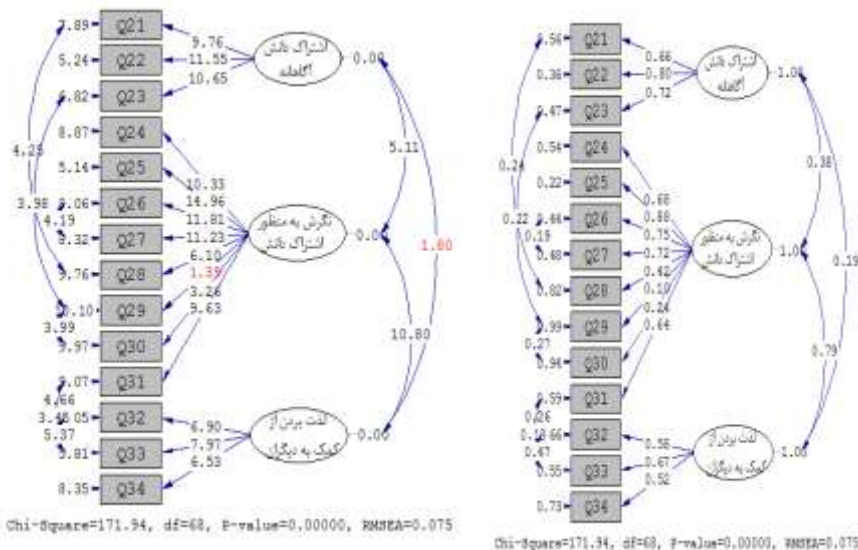
1. Google drive
2. Sulaiman, 2010
3. Sig

در بحث اعتبار یا روایی برای بررسی این که آیا شاخص‌ها یا متغیرهای آشکار همان چیز را اندازه‌گیری می‌کنند که مدنظر محقق است از اجماع نظر صاحب‌نظران حوزه مطالعات رفتاری استفاده شده است. به‌منظور تحلیل ساختار درونی پرسشنامه و کشف عوامل تشکیل‌دهنده هر سازه یا متغیر مکنون، از ابزار تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود. همچنین در این بخش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، معادلات اندازه‌گیری شده‌ی مربوط به هر سازه (متغیر مکنون) استخراج و تفسیر می‌شوند (دانشگر، ۱۳۹۰؛ ۱۱۳). نتایج تحلیل عاملی اشکال (۱ و ۲) نشان می‌دهد که به‌جز گویه‌های ۲۹ و ۳۰ از عوامل فردی و گویه ۳۷ از عوامل محیطی، سایر گویه‌های پرسشنامه دارای مقدار تی بزرگ‌تر از $1/96$ و مقدار بار عاملی بزرگ‌تر از $0/3$ می‌باشند. پس تنها روایی سؤالات ۲۹، ۳۰ و ۳۷ مورد تأیید نیست و این سؤالات از پرسشنامه حذف می‌شوند (جدول ۲)

جدول ۲- تحلیل عاملی تأییدی برای سازه‌های تحقیق

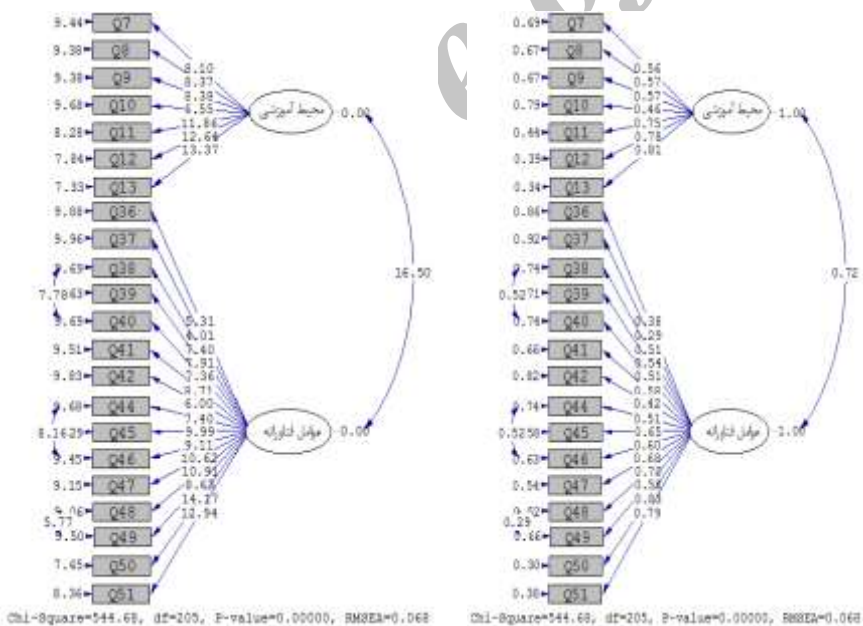
نتیجه	مقدار t	بار عاملی	متغیرهای آشکار
*عدم تأیید	۱/۵۳	۰/۱۱	سؤال ۲۹ >---- نگرش به‌منظور اشتراک دانش
*عدم تأیید	۳/۰۲	۰/۲۲	سؤال ۳۰ >---- نگرش به‌منظور اشتراک دانش
*عدم تأیید	۴/۰۱	۰/۲۹	سؤال ۳۷ >---- تکنولوژی

الگوی رفتار اشتراک دانش در شبکه ... ۱۰۷



شکل ۱- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های عوامل فردی؛ سمت راست: (تخمین استاندارد)؛

سمت چپ: (معناداری ضرایب)



شکل ۲- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های عوامل محیطی؛ سمت راست: (تخمین

استاندارد)؛ سمت چپ: (معناداری ضرایب)

بررسی پایایی سازه مدل

به منظور تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است (جدول ۳). مقصود از پایایی آن است که ابزار اندازه‌گیری را در یک فاصله زمانی کوتاه چندین بار و به گروه واحدی از افراد بدهیم و نتایج حاصله نزدیک به هم باشد.

جدول ۳- آزمون آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق

متغیر	آلفای کرونباخ	ابعاد	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
عوامل فردی	۰/۸۲۳	اشتراک دانش آگاهانه	۳	۰/۷۷۳
		نگرش به منظور اشتراک دانش	۸	۰/۷۶۲
		لذت بردن از کمک به دیگران	۴	۰/۷۹۴
عوامل گروهی	۰/۸۶۸	تعاملات اجتماعی	۴	۰/۸۱۴
		ارتباطات	۳	۰/۷۶۷
عوامل محیطی	۰/۹۱۴	محیط فرهنگی (آموزشی)	۷	۰/۸۳۲
		تکنولوژی	۱۱	۰/۸۸۸

از آنجایی که میزان آلفای کرونباخ به دست آمده برای متغیرهای تحقیق بزرگ‌تر از ۰/۷ است، پس متغیرهای تحقیق از پایایی قابل قبولی برخوردارند. جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها، با توجه به نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، چون احتمال خطا برای تمام متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است، توزیع تمام متغیرهای تحقیق نرمال است (جدول ۴).

الگوی رفتار اشتراک دانش در شبکه ... ۱۰۹

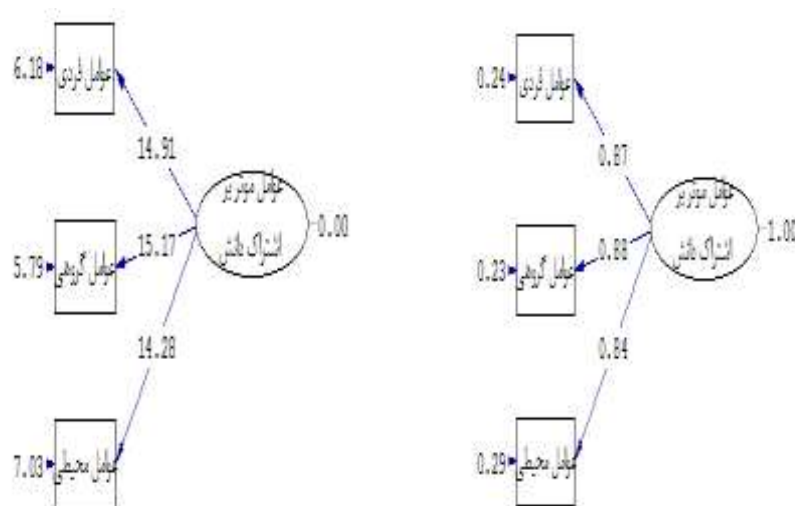
جدول ۴- نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف

متغیر	احتمال خطا	ابعاد	احتمال خطا
عوامل فردی	۰/۱۷۹	اشتراک دانش آگاهانه	۰/۱۹۷
		نگرش به منظور اشتراک دانش	۰/۰۵۳
		لذت بردن از کمک به دیگران	۰/۱۱۴
عوامل گروهی	۰/۲۶۵	تعاملات اجتماعی	۰/۰۹۴
		ارتباطات	۰/۱۱۱
عوامل محیطی	۰/۰۶۳	محیط فرهنگی (آموزشی)	۰/۰۶۱
		تکنولوژی	۰/۱۴۱

پاسخ به سؤالات تحقیق

۱) چه عواملی به عنوان عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه به شمار می‌روند؟

نتایج تحلیل عاملی مندرج در شکل ۳ نشان می‌دهد که عوامل فردی، گروهی و محیطی دارای مقدار تی بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و مقدار بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۳ می‌باشند. پس عوامل فردی، گروهی و محیطی به عنوان عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه به شمار می‌روند. همچنین ضریب تأثیر عوامل فردی، گروهی و محیطی بر اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه به ترتیب برابر ۱۴/۹۱، ۱۵/۱۷ و ۱۴/۲۸ است. پس عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه با توجه به میزان تأثیرشان به ترتیب عوامل گروهی، عوامل فردی و عوامل محیطی می‌باشند.



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

شکل ۳- مدل تحلیل عاملی تأییدی عوامل مؤثر بر اشتراک دانش؛ سمت راست: (تخمین استاندارد)؛ سمت چپ: (معناداری ضرایب)^۱

۲) کدام عوامل فردی به عنوان عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه به شمار می‌روند؟

نتایج تحلیل عاملی مندرج در شکل ۵ نشان می‌دهد که تمام عوامل فردی مورد مطالعه در این تحقیق دارای مقدار تی بزرگ‌تر از $1/96$ و مقدار بار عاملی بزرگ‌تر از $0/3$ هستند. پس عوامل اشتراک دانش آگاهانه، نگرش به منظور اشتراک دانش و لذت بردن از کمک به دیگران جزء عوامل فردی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه

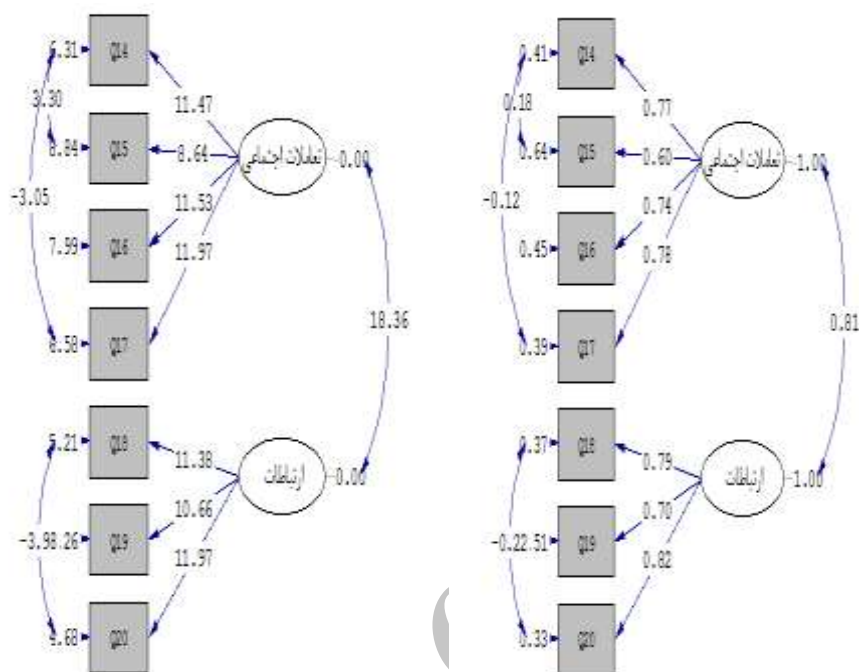
۱- مدل در حالت تخمین استاندارد شده ضریب مسیر بین متغیرهای مکنون درون‌زا و برون‌زا را بعلاوه بار عاملی بین متغیرهای مکنون با متغیرهای آشکار خود را نشان می‌دهد. درحالی‌که مدل در حالت معناداری ضرایب، سطح معناداری بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

اجتماعی دانشگاه است. همچنین ضریب تأثیر این عوامل بر اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه به ترتیب برابر $۴/۷۶$ ، $۱۰/۵۵$ و $۱۰/۰۹$ است. پس عوامل فردی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه با توجه به میزان تأثیرشان به ترتیب نگرش به منظور اشتراک دانش، لذت بردن از کمک به دیگران و اشتراک دانش آگاهانه است.

۳) کدام عوامل گروهی به عنوان عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه به شمار می‌روند؟

نتایج تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های عوامل گروهی در شکل ۴ آمده است. بعلاوه نتایج تحلیل عاملی مندرج در شکل ۵ نشان می‌دهد که تمام عوامل گروهی دارای مقدار تی بزرگ‌تر از $۱/۹۶$ و مقدار بار عاملی بزرگ‌تر از $۰/۳$ می‌باشند. پس تعاملات اجتماعی و ارتباطات جزء عوامل گروهی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه می‌باشند. همچنین ضریب تأثیر این عوامل بر اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه به ترتیب برابر $۱۲/۸۲$ و $۱۵/۳۹$ است. پس عوامل گروهی مؤثر بر اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه با توجه به میزان تأثیرشان به ترتیب ارتباطات و تعاملات اجتماعی می‌باشند.

AI



Chi-Square=13.59, df=10, P-value=0.19247, RMSEA=0.042

Chi-Square=13.59, df=10, P-value=0.19247, RMSEA=0.042

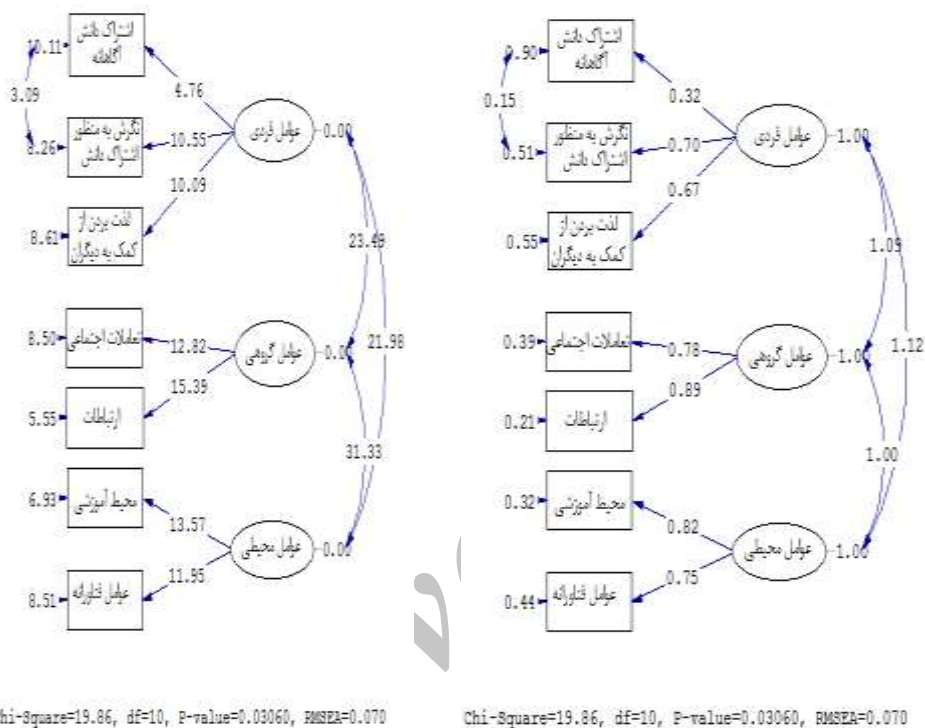
شکل ۴- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های عوامل گروهی؛ سمت راست: (تخمین استاندارد)؛ سمت چپ: (معناداری ضرایب)

۴) کدام عوامل محیطی به‌عنوان عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه به‌شمار می‌روند؟

نتایج تحلیل عاملی مندرج در شکل ۵ نشان می‌دهد که تمام عوامل محیطی دارای مقدار تی بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و مقدار بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۳ می‌باشند، پس شاخص محیط فرهنگی (آموزشی) و شاخص تکنولوژی جزء عوامل محیطی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه می‌باشند. همچنین ضریب تأثیر این عوامل بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه به ترتیب برابر ۱۳/۵۷ و ۱۱/۹۵ است.

الگوی رفتار اشتراک دانش در شبکه ... ۱۱۳

پس عوامل محیطی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه با توجه به میزان تأثیرشان به ترتیب محیط فرهنگی (آموزشی) و تکنولوژی هستند.



شکل ۵- تحلیل عاملی تأییدی عوامل فردی، گروهی و محیطی؛ سمت راست: تخمین استاندارد؛ سمت چپ: (معناداری ضرایب)

با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان ضریب تأثیر عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه را باهم مقایسه کرد. در میان عوامل بررسی شده، عوامل گروهی با رتبه اول، سپس عوامل فردی و در نهایت عوامل محیطی بر رفتار اشتراک دانش تأثیر دارند. همچنین، با توجه به ضریب تأثیر هر کدام از عوامل جزئی، می‌توان آن‌ها را رتبه‌بندی کرد. نتایج در جدول ۵ آمده است.

برازش مدل ساختاری

هدف این پژوهش ارائه الگوی عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی دانشگاه بوده است که در این راستا متغیرهای ذکرشده در قالب مدل‌سازی معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار LISREL مورد تحلیل قرار گرفتند.

جدول ۶ برخی از مهم‌ترین شاخص‌های برازش مدل را ارائه می‌دهد. منظور از شاخص‌های برازش به‌طور کلی این است که داده‌های جمع‌آوری‌شده با مدل انتخابی سازگاری دارند یا خیر؟ به عبارتی جامعه آماری تحقیق مناسب مدل هست یا خیر؟ همان‌گونه که در جدول ۶ مشخص است نسبت کای دو به درجه آزادی کمتر از ۳ است. شاخص RMSEA نیز کمتر از ۰/۰۸ است. همگی این شاخص‌ها در کل برازش مناسب مدل را نشان می‌دهند.

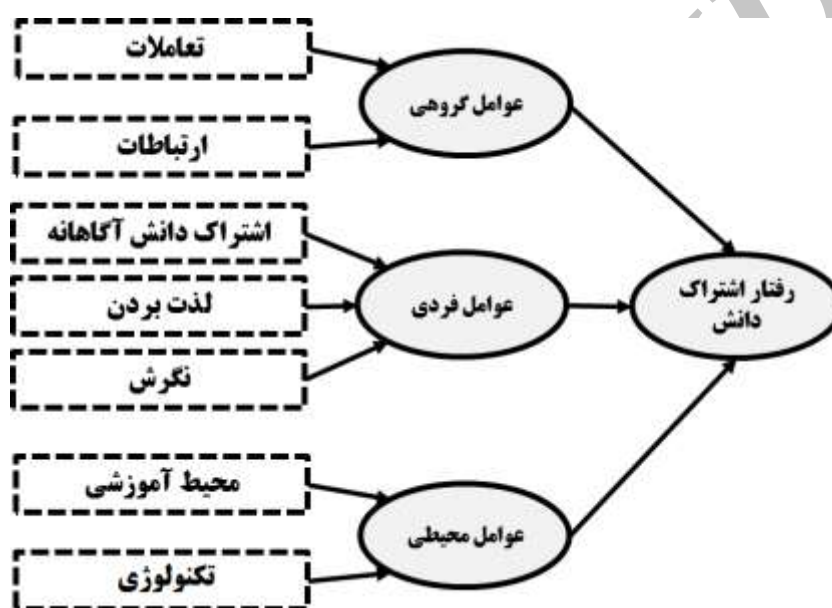
جدول ۵- مقایسه ضریب تأثیر عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه

رتبه	ضریب تأثیر	عوامل جزئی	رتبه	ضریب تأثیر	عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه
۱	۱۵/۳۹	*ارتباطات	۱	۱۵/۱۷	عوامل گروهی
۲	۱۲/۸۲	تعاملات اجتماعی			
۱	۱۰/۵۵	*نگرش به‌منظور اشتراک دانش	۲	۱۴/۹۱	عوامل فردی
۲	۱۰/۰۹	لذت بردن از کمک به دیگران			
۳	۴/۷۶	اشتراک دانش آگاهانه			
۱	۱۳/۵۷	* محیط فرهنگی (آموزشی)	۳	۱۴/۲۸	عوامل محیطی

۲	۱۱/۹۵	تکنولوژی		
---	-------	----------	--	--

جدول ۶- شاخص‌های برازش مدل ساختاری

درجه آزادی	کای دو	RMSEA	P-Value
۱۰	۱۹/۸۶	۰/۰۷۰	۰/۰۳۰۶۰



شکل ۶- الگوی عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی،

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۴

نتیجه‌گیری

با اذعان به این مهم که بهبود، حاصل یادگیری است و یادگیری نتیجه به اشتراک‌گذاری است، هدف از این تحقیق، ضمن توسعه دانش در زمینه رفتار در فضای مجازی ایرانی،

ارائه الگوی عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه است. با توجه به این که رفتار، تابعی از عوامل فردی، گروهی و محیطی است، این مطالعه به اثر این عوامل بر رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی دانشگاه پرداخته است. مطالعات پیشین فقط یکی از این عوامل را به طور جداگانه در شناسایی رفتار اشتراک دانش بررسی کرده‌اند، اما این مطالعه هم‌زمان هر سه عامل و تأثیر آن را بر رفتار اشتراک دانش کاربران بررسی کرده است. بعلاوه، شناخت الگوی رفتار اشتراک دانش در فضای مجازی و محیط برخط از نوآوری‌های این مطالعه است که سابقه ای از آن در علوم رفتاری دیده نمی‌شود.

نتایج بدین ترتیب است که در حوزه رفتار کاربر در شبکه اجتماعی دانشگاهی، به ترتیب عوامل گروهی با ضریب تأثیر ۱۵/۱۷، عوامل فردی با ضریب تأثیر ۱۴/۹۱ و عوامل محیطی با ضریب تأثیر ۱۴/۲۸ در رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی دانشگاه تهران اثرگذار است. در واقع هر سه عامل تأثیر بسیار نزدیک به هم داشته‌اند. شاخص‌های عوامل گروهی شامل ارتباطات با ضریب تأثیر ۱۵/۳۹ و تعاملات اجتماعی با ضریب تأثیر ۱۲/۸۲ هستند. بنابراین، از میان این دو شاخص، ارتباطات نسبت به تعاملات اجتماعی پیش‌بینی کننده قوی‌تری برای اشتراک دانش به نظر می‌رسد. ارتباطات همان‌طور که در تعریف مفاهیم اشاره شد به معنای کوشش فرد برای انتقال دانش و اطلاعاتی است که از خلال آن، خلأ ساختاری میان خود و دیگر اعضا را پر می‌کند. بنابراین افراد با شکل دادن ارتباطات، به‌عنوان واسطه دانش‌ایفای نقش کرده روند گردش دانش و منابع را در درون شبکه تسهیل می‌نمایند و از طریق یادگیری، منجر به تقویت و گسترش شبکه می‌شوند. دلیل این امر مرتبط بودن یادگیری با شکل‌گیری ارتباطات جدید است. یعنی به‌مجرد این که شبکه‌سازی شکل می‌گیرد در رفع یادگیری اتفاق می‌افتد. بنابراین، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که ارتباطات زمینه‌سازی است که همراه با ابزارهای ارتباطی فناورانه موجبات اشتراک دانش را فراهم می‌کند. به نظر می‌رسد این ارتباطات به‌صورت ارتباطات افقی مطرح است که یادگیری

همتا به همتا را باعث می‌شود. همان‌طور که کلهون اشاره می‌کند: تمرکز بر مجموعه‌ها جای خود را به انجمن‌های برخط و شبکه‌های اجتماعی داده‌اند. مخازن دانش و اطلاعات به سامانه‌های اجتماعی تبدیل شده‌اند. ارتباطات عمودی از بالا به پایین در شبکه‌های اجتماعی بی‌معناست و به جای آن ارتباطات افقی در حال بروز و ظهور است. مصرف‌کنندگان محتوا به محتوا سازان و مشارکت‌کنندگان تبدیل شده‌اند. وبسایت‌های فقط خواندنی^۱ به اتصالات فعال باهدف تعامل و اکتشاف تبدیل شده‌اند و تغییراتی در مفهوم ارزش رخ داده است به گونه‌ای که قدرت و اعتبار به مشارکت و تعهد برای این مشارکت تبدیل شده است (Calhoun, 2014). نقش ارتباطات در اشتراک دانش با مطالعه حسن دوست و پرومال (Hassandoust & Perumal, 2011) که زیرساخت‌های فنی، عوامل اجتماعی و فرهنگی را به‌عنوان عوامل مهم در مدیریت دانش برخط بررسی کردند، پشتیبانی می‌شود.

شاخص‌های عامل فردی، شامل اشتراک دانش آگاهانه با ضریب تأثیر ۴/۷۶، لذت بردن از کمک به دیگران با ضریب تأثیر ۱۰/۰۹ و نگرش با ضریب تأثیر ۱۰/۵۵ به‌منظور اشتراک دانش هستند. بنابراین، مطابق این یافته از میان شاخص‌های عوامل فردی، نگرش بیشترین تأثیر را بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان داراست. یعنی دانشجویان درک مثبتی از نتیجه به اشتراک‌گذاری دانش دارند. زیرا در صورت اشتراک دانش، قابل‌استفاده و مفید بودن شبکه اجتماعی دانشگاه برای آن‌ها ملموس می‌شود، پس نگرش آنان به‌منظور استفاده از شبکه اجتماعی، مثبت است. نگرش به این دلیل بیشترین تأثیر را بر اشتراک دانش دانشجویان دارد زیرا از عناصر رفتار است. با این اوصاف می‌توان گفت، نگرش به‌صورت عاملی غیرمستقیم در اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی تلقی می‌شود. درعین حال نگرش یک عامل روانشناسی اجتماعی است یعنی بین شخصیت و فرهنگ قرار دارد. این نتایج با مطالعات پیشین که تأثیر

1. Read-only websites

عوامل روانشناسی را در اشتراک دانش بررسی کرده‌اند پشتیبانی می‌شود. (Wu and Zhu, 2012; Wenger et al. 2011).

شاخص‌های عامل محیطی شامل محیط فرهنگی (آموزشی) با ضریب تأثیر ۱۳/۵۷ و تکنولوژی با ضریب تأثیر ۱۱/۹۵ است که در این صورت شاخص محیط فرهنگی (آموزشی) بیش از شاخص تکنولوژی در اشتراک دانش دانشجویان اثرگذار است. بنابراین این محیط آموزشی تا آنجا غنی است که به دانشجویان امکان ارتباط، توسعه تعاملات اجتماعی، یادگیری مشارکتی و توسعه مهارت‌های اجتماعی را می‌دهد. اهمیت محیط به گونه‌ای است که زمینه بالقوه‌ای را برای تغییرات زیربنایی در اشتراک دانش و یادگیری ایجاد می‌کند. این محیط برای دانشجویان قابل اعتماد بوده و همکاری تیمی را مضاعف می‌کند. زیرا درک مشترک از این محیط به عنوان پایه‌ای برای ارتباط مؤثر میان افراد است که همین موضوع اشتراک دانش را بهبود بخشیده و باعث جریان دانش می‌شود. ایجاد چنین محیطی مستلزم ایجاد یک تحول فرهنگی در شبکه اجتماعی است که در آن کاربران از انگیزه لازم جهت تبادل اطلاعات، نوآوری و مشارکت به صورت مجازی برخوردار باشند. آینده حوزه اشتراک دانش باید بر یافتن راهکاری متمرکز باشد که بتواند به آزادسازی یک نیروی انسانی به هم پیوسته منجر شود. در چنین رویکردی باید نیازهای انسانی کاربران همچون تشویق، تقدیر، اطلاع از آخرین اخبار و... لحاظ شود. در این صورت اشتراک دانش مبتنی بر فهم فرهنگی مشترک افراد خواهد بود که از طریق اجتماعی شدن حاصل شده است. این فهم فرهنگی از اشتراک دانش که فضای تبادل آزاد ایده‌ها را فراهم می‌آورد اخیراً مورد توجه بیشتری قرار گرفته است (Holzmann & Dubnov, 2011; Wang & Noe, 2010) بنابراین در شبکه اجتماعی دانشگاه تهران، عملکرد دانشجویان در چارچوب الگوی تقابلی سه‌جانبه سه عاملی تعیین می‌شود که در آن محیط، فرد و گروه جوانب آن را تشکیل می‌دهند و محیط فرهنگی (آموزشی)، نگرش و ارتباطات از مهم‌ترین شاخص‌های آن هستند که با تعامل متقابل بر هم تأثیر می‌گذارند و رفتار نهایی اشتراک دانش را شکل می‌دهند. با شناسایی

الگوی رفتاری اشتراک دانش در شبکه اجتماعی که در آن افراد با فقدان ارتباطات چهره به چهره مواجه هستند می‌توان به شاخص‌های مؤثر بر این الگو پی برد و بر اساس آن از ظرفیت و شبکه‌های اجتماعی در جهت تولید دانش بهره گرفت. بر اساس یافته‌های این تحقیق مطالعه رفتار اشتراک دانش متخصصین در کشورهای پیشرفته و غیر پیشرفته، مطالعه رفتار اشتراک دانش با در نظر داشتن فرهنگ فردگرا/جمع‌گرا، مطالعه تطبیقی تفاوت سبک زندگی بر رفتار اشتراک دانش، مطالعه تفاوت‌های فرهنگی کشور از نقطه نظر روش‌ها، اهداف، محتوا و ... جهت کاربردی شدن شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی برای محققان آتی پیشنهاد می‌شود.

منابع

- افجه، سید علی اکبر. (۱۳۹۰)، *مبانی فلسفی و تئوری‌های رهبری و رفتار سازمانی*، چاپ هفتم، تهران: سمت.
- خاتمیان فر، پریسا، مهری پریخ، (۱۳۸۸)، بررسی عوامل مشوق و بازدارنده اشتراک دانش در سازمان کتابخانه‌ها و مراکز اسناد آستان قدس رضوی، *فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی* ۱۲- (۱).
- دانشگر، علی. (۱۳۹۰)، رابطه به‌کارگیری فناوری اطلاعات با بهره‌وری منابع انسانی. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد* دانشگاه علامه طباطبائی.
- دسترنج ممقانی، نسرین؛ پیمان اخوان؛ فاطمه ثقفی، (۱۳۹۰)، بررسی میزان آمادگی اجرای مدیریت دانش در سازمان‌ها با توجه به عوامل مؤثر در موفقیت مدیریت دانش، *فصلنامه علمی، پژوهشی فصلنامه علوم و فناوری اطلاعات ایران* ۲۶- (۳).
- رضاییان، علی. (۱۳۸۳)، *مبانی مدیریت رفتار سازمانی*، چاپ پنجم، تهران: سمت.

- رهنورد، فرج‌الله؛ اصغر محمدی. (۱۳۸۸)، شناسایی عوامل کلیدی موفقیت سیستم مدیریت دانش در دانشکده‌ها و مراکز آموزش عالی تهران، *نشریه مدیریت فناوری اطلاعات*، ۱- (۳).
- قلی پور طهمورث، حسن؛ حسن عابدی جعفری؛ ندا خطیبیان. (۱۳۸۸)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت طرح‌های مدیریت دانش در سازمان‌ها، *مجله رشد فناوری* ۵- (۱۸).
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات، ظهور جامعه شبکه‌ای*، ترجمه: احمد علیقلیان، افشین خاک‌باز و حسن چاووشیان، ویراستار علی پایا، تهران: طرح نو.
- ماکسول، جان. (۱۳۸۳)، *مدیریت نگرش*، ترجمه: فضل‌الله امینی، تهران: مدیریت فردا.
- محسنیان راد، مهدی. (۱۳۸۳)، *ارتباط شناسی*، انتشارات سروش، چاپ ششم.
- Akhavan, Peyman, Rahimi, Akbar, Mehralian Gholamhossein, (2013). *Developing a model for knowledge sharing in research centres*, VINE, Vol. 43 Iss: 3, pp.357 – 393
- Allport, G. W (1985). "The historical background of social psychology". In Lindzey, G; Aronson, E. *The Handbook of Social Psychology*. New York: McGraw Hill.p.5
- Bolisani, Ettore. (2009). *Building the knowledge society on the interne sharing, exchanging knowledge in networked environment*, Hershey, New York, xvii
- Bornsheuer-Boswell, J. N., Polonyi, M. M. and Watts, R. E. (2013). Integrating Adlerian and Integrated Developmental Model Approaches to Supervision of Counseling Trainees. *Journal of Individual Psychology*. 69(4), 143-158.

- Brown, John; Adler, Richard (2008). *Minds on Fire. Open Education, the Long Tail, and Learning 2.0*, *Educause Review*, January/February 2008.
- Calhoun, K. (2014). *Exploring Digital Libraries: Foundations, Practice, Prospects*, London: Facet
- Castells, M. and Catterall, B. (2001). *The Making of the Network Society*, London: ICA.
- Castro, C.B., Armario, E.M. and Ruiz, D.M. (2004). The Influence of Employee Organizational Citizenship Behavior on Customer Loyalty The influence of employee organizational citizenship behavior on customer loyalty. *International Journal of Service Industry Management* 15(1):27-53
- Chang, H. H., & Chuang, S.-S. (2011). *Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator*. *Information & Management* (48), pp.9-18.
- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., & Wang, E. (2006). *Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories*. *Decision Support Systems* (42), 1872-1888.
- Danciu, Elena; Grosseck, Gabriela (2011). *Social aspects of web 2.0 technologies: teaching or teachers' challenges*, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 3773-3768:15.
- En, L. S. (2011). *Factors Influencing Knowledge Sharing Intention in Higher Education Institution. Master Dissertation*. University Technology Malaysia.
- Eugene, O. K. (2010). *The Influence of Individual Factors on Knowledge Sharing*. Master Dissertation. University Technology Malaysia.

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Habeeba, F. (2010). *Factors Associate with Knowledge Sharing Among Nurse in Maldives*. Master Dissertation. University Technology Malaysia.
- Hassandoust, F., and Perumal, V. (2011). Online KS in institutes of higher learning: a malaysian perspective. *Journal of knowledge management practice*, 12(1).
- Hendriks, P. (1999). *Why Share Knowledge? The Influence of ICT on the Motivation for KS. Knowledge and Process Management*. 6(2). 91-100.
- Hofkirchner, W. (2013). *Emergent Information: A Unified Theory of Information Framework*. Singapore: World Scientific Publishing
- Holzmann V. and Dubnov S. (2011). Understanding the Collaboration Enigma. *International Journal of Knowledge, Culture and Change Management* 10(7), 69-81.
- Jiacheng, W., Lu, L., & Francesco, C. A. (2010). A cognitive model of intra-organizational knowledge sharing motivations in the view of cross-culture Wei. *International Journal of Information Management*, 30(3), 220–230.
- Kankanhalli, A., Tan, B. C. Y., & Wei, K. K. (2005). *Contributing know ledge to electronic know ledge repositories: An empirical investigation*. *MIS Quarterly*, 29(1), 113-143.
- Kuo, F., & Young, M.-L. (2008). A study of the intention – action gap in knowledge sharing practices. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(8), 1224–1237.

- Liao, L. -F. (2006). *A learning organization perspective on knowledge-sharing behavior and firm innovation*. Human Systems Management, 25(4), 227.
- Lin, M.-J. J., Hung, S.-W., & Chen, C.-J. (2009). *Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities*. Computers in Human Behavior (25), 929–939.
- Olatokun, W. Nwafor, CI. (2012). *Information Development: The effect of extrinsic and intrinsic motivation on knowledge sharing intentions of civil servants in Ebonyi State, Nigeria*
- Ormrod, J.E. (1995). *Educational Psychology. Principles and Applications*. Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Pettenati M.C, Ranieri, M (2006). dal se alle reti: nuove pratiche di social networking per la collaborazione in rete. in bonaiuti/ G. (2006). Learning 2/. Erickson: trento. Proceeding. 2006.
- Schmidt, P. (2009). *Commons-based peer production and education. Harvard university*
- Seibold, Balthas (2009). *The global digital divide is an innovation and learning divide*. Ethical challenges and solutions based on capacity building. In: Dabrowski, Martin
- Selwyn, N (2008). Web 2.0 applications as ernative environments forinformal learning – a ical review, in OECD-KERIS expert eeting. Alternative learning environments in actice: using ICT to changeimpact and comes
- Sulaiman, NIS (2010). The critical success factors for knowledge sharing behaviour among Malaysian undergraduate students , *PhD thesis, Salford: University of Salford*.

- Usoro, A., Sharratt, M.W., Tsui, E. & Shekhar, S. (2007). *Trust as an antecedent to knowledge sharing in virtual communities of practice*. Knowledge Management Research & Practice, 5, 199-212.
- Wang, S. and Noe, R. A. (2010). *KS: A Review and Directions for Future Research*. Human Resource Management Review, 20(2), 115-131.
- Wenger, Etienne; Trayner, Beverly; de Laat, Maarten (2011). *“Promoting and assessing value creation in communities and networks: a conceptual framework”*, Rapport 18, Open University.
- Wu, K., Zhao, Y., Zhu, Q., Tan, X., Zheng, H. (2011). *A meta-analysis of the impact of trust on technology acceptance model: investigation of moderating influence of subject and context type*. Int. J. Inf. Manag. 31(6), 572–581
- Zande, Judith van der (2013). *Social media adds to knowledge sharing*, Master Communication Studies
- Zhang, P., & Fai, F. (2013). Explaining Knowledge-Sharing Intention in Construction Teams in Hong Kong. *Journal of Construction Engineering and Management* (139), 280-293.
- Zhikun, D., & Fungfai, N. (2009). *Knowledge sharing among architects in a project design team: An empirical test of theory of reasoned action in China*. Chinese Management Studies, 3(2), 130–142.

Archive of SID