

تسهیم دانش در دانشگاه صنعتی شریف: رویکرد سرمایه اجتماعی

محمدعلی سرلک^۱، طاهره اسلامی^۲

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، پیش‌بینی رفتار تسهیم دانش از روی عناصر سرمایه اجتماعی است. از یک‌سو، تسهیم دانش به معنای میل افراد به تبادل دانش با دیگران بوده و از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی بیانگر شاکله، محتوا و مضامین روابط متقابل میان عناصر شبکه اجتماعی است. مسأله به این شرح است: آیا می‌توان انتظار داشت که کارکنان بنا به دلایل اجتماعی (نه برحسب دستور و جبر)، دانش خود را در اختیار همکارانشان قرار دهند؟ با انتخاب نمونه تصادفی ۱۷۹ نفری از کارکنان دانشگاه صنعتی شریف، توزیع پرسشنامه در میان آن‌ها جهت دریافت داده‌های نگرشی و استفاده از روش مدلسازی معادله ساختاری، نتایج پژوهش نشان داد که دو عنصر از وجه ساختاری (اهمیت به سازمان و پاداش)، یک عنصر از وجه فاعلیت (تسخیر احساس‌ها)، و یک عنصر از وجه رابطه‌ای (ابراز شایستگی) تأثیر معناداری را بر تسهیم دانش کارکنان دارند؛ اما تأثیر نوع دوستی و بلندنظری معنادار نیست. ابعاد سرمایه اجتماعی در این پژوهش توانستند ۲۷ درصد از تغییرهای مربوط به رفتار تسهیم دانش را پیش‌بینی کنند. طبق نتایج برآمده، پیشنهادهایی نیز در قالب اجرایی و نظری در انتهای پژوهش آورده شد.

واژه‌های کلیدی: تسهیم دانش، سرمایه اجتماعی، اعتماد، دانشگاه صنعتی شریف

۱- دانشیار دانشگاه پیام نور، ایران

۲- کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۱۰/۱۸

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۰/۰۷/۰۸

نویسنده مسئول: طاهره اسلامی

Email: tahereh_slm@yahoo.com

مقدمه

هدف از این پژوهش، بررسی رفتار تسهیم دانش از دیدگاه سرمایه اجتماعی است. تسهیم دانش به‌عنوان یکی از مراحل چرخه مدیریت دانش، به‌معنای قرار دادن دانش خود در اختیار دیگران و به‌طور طبیعی، دستیابی به دانش دیگران در زمان نیاز است. دانش فردی به دانش سازمانی تبدیل نمی‌شود مگر با سایر اعضای سازمان به اشتراک گذاشته شود. وقوع تسهیم دانش، به‌طور مستقیم به تمایل مالکان دانش به در اختیار گذاشتن دانش خود و نیز به میل گیرندگان دانش به دریافت دانش مالکان بستگی دارد.

گفته می‌شود میل به تسهیم دانش، اغلب به شکل اجتماعی صورت گرفته و می‌توان آن را متغیری، تابع روابط میان موارد زیر دانست: الف) طرفین یا شرکای تسهیم دانش؛ ب) ساختار اجتماعی که رفتارهای فردی را احاطه می‌کند؛ و ج) مکانیسم‌های نهادی مانند فرهنگ، قوانین و مقررات، دستورات و مواردی از این قبیل که ساختار منفعتی عاملان یا بازیگران را چیدمان و کنترل می‌کند. از این دیدگاه، میل به تسهیم دانش منبعی برآمده از روابط و ساختارهای اجتماعی است که به آن‌ها سرمایه اجتماعی اطلاق می‌شود [۳۱]. با این خردمایه، اکنون سؤال این است: سرمایه اجتماعی در عرصه میدانی، چه دلالت‌هایی را برای تبیین رفتار تسهیم دانش کارکنان دارد؟ به‌عبارت دیگر، آیا می‌توان انتظار داشت کارکنان به دلایل اجتماعی، دانش خود را در اختیار همکاران قرار دهند؟

ادبیات نظری

۱- تسهیم دانش

دانش آمیخته‌ای از تجربه‌ها، ارزش‌ها، اطلاعات و نگرش‌های تخصصی نظام‌مند است که چارچوبی برای ارزشیابی و بهره‌گیری از تجربه‌ها و اطلاعات جدید به‌دست می‌دهد. پولانی [۲۴] دانش را به دو دسته ضمنی و آشکار تقسیم کرد. از یک‌سو، دانش آشکار را می‌توان به راحتی ضبط، طبقه‌بندی و ذخیره کرد و انتقال آن در یک زبان رسمی، ساده و آسان است [۴][۲۷]. از سوی دیگر، دانش ضمنی به‌صورت پنهان در اقدامات روزمره و

مدل‌های ذهنی افراد ریشه دارد [۲۱]. براساس این دسته‌بندی، نوناکا و کانو [۲۲] مدیریت دانش را روشی برای ساده‌سازی و بهبود فرآیند تسهیم، توزیع، خلق و درک دانش سازمانی تعریف می‌کنند. داوونپورت و پروساک [۹] نیز مدیریت دانش را جمع‌آوری، نشر و استفاده کارآمد منابع دانشی تعریف کرده‌اند.

اگرچه بعضی معتقدند دانش قدرت است، ولی به نظر می‌رسد دانش به‌خودی‌خود، قدرت ندارد؛ بلکه چیزی که به افراد قدرت می‌دهد، آن قسمتی از دانش آن‌ها است که با دیگران تسهیم می‌کنند [۱۸]. اگر دانشی را که در ذهن افراد قرار دارد به طلای درون یک جعبه تشبیه کنیم، ارزش آن دانش زمانی مشخص می‌شود که آن را تسهیم کنند؛ مانند زمانی که دارنده طلا، جعبه آن را باز می‌کند و با نشان دادن طلا، ارزش آن را نمایان می‌سازد [۱]. تسهیم دانش را دادن و گرفتن دانش از دیگران تعریف کرده‌اند [۵][۱۸]. به زعم مکدموت [۱۷]، وقتی می‌گوییم فردی دانش خود را تسهیم می‌کند، به این معنی است که آن فرد، فرد دیگری را با استفاده از دانش، بینش و افکار خود در جهت تقویت موقیعت فرد مزبور راهنمایی می‌کند. به‌علاوه فردی که دانش خود را تسهیم می‌کند، ایده‌آل این است که باید از هدف دانش تسهیم شده و کاربرد آن و همچنین از نیازها و شکاف‌های اطلاعاتی فرد گیرنده دانش اطلاع داشته باشد.

۲- سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی از دید وولکاک [۳۵] به مثابه اطلاعات، اعتماد و هنجار تلافی یا جبران لطف است که در شبکه‌های اجتماعی یک فرد ریشه دارند. ناهاپیت و گوشال [۲۰] این مفهوم را توسعه داده و آن را جمع منابع جاری و بالقوه موجود و پدیدار شونده از شبکه روابطی که تحت مالکیت فرد یا واحد اجتماعی است، تعریف کرده‌اند. سرمایه اجتماعی بنابراین هم شامل شبکه و هم دارایی‌هایی است که به واسطه‌ی آن شبکه بسیج می‌شود. بر این اساس، آن‌ها عناصر سرمایه اجتماعی را در سه دسته ساختاری (پیوندهای شبکه‌ای، پیکره‌بندی و سازماندهی قابل جابه‌جایی)، رابطه‌ای (اعتماد، هویت، هنجارها و تعهدات) و

شناختی (زبان و علائم مشترک و حکایات مشترک) مفهوم‌سازی می‌کنند. لینا و ون‌بورن [۱۵] هم سرمایه اجتماعی سازمان‌ها را منبع منعکس‌کننده خاصیت روابط اجتماعی تعریف می‌کنند که از طریق میزان سوگیری جمعی به هدف و اعتماد مشترک مشخص شده و به واسطه‌ی تسهیل کنش جمعی موفق، به ارزش‌آفرینی منجر می‌شود. بنابراین، سرمایه اجتماعی چون مرادده‌های میان اعضای سازمانی (لازمه کنش جمعی موفق) را تسهیل می‌نماید، یک منبع سازمانی ارزشمند است.

۳- مفهوم سازی تسهیم دانش از دیدگاه سرمایه اجتماعی

مطالعه‌ها روی تسهیم دانش، اکنون بر مذاکره و اعتماد میان اعضای شبکه استوار بوده و بر روابط مبتنی بر قدرت و اجبار پرتو می‌فکند. واه و همکاران [۳۲] این وجه از سیاست و قدرت در تسهیم دانش را یکی از شرایطی می‌دانند که در آنجا، تسهیم دانش می‌تواند به صورت داوطلبانه و ارادی روی دهد. به‌زعم آن‌ها، سرمایه اجتماعی (نه عوامل اجباری)، محرک و تسهیل‌گر تسهیم دانش در شبکه سازمان است [۳۲]. دانش تحت مالکیت یک عضو شبکه را می‌توان به صورت کارا و آسان در جایی که سرمایه اجتماعی وجود دارد، تسهیم کرد [۸]. ماکینو و اینکین [۱۶] می‌گویند سرمایه اجتماعی از دو راه، به تسهیم دانش کمک می‌رساند. اول، سرمایه اجتماعی یک مجموعه از اصول منظم و مرتب سازماندهی را خلق می‌کند که به عنوان مکانیسم رمزگذاری دانش در زمان مشترک برای دسترس گروهی از افراد که به نوبه خود هویت سازمانی را تقویت می‌نمایند، عمل می‌کند. دوم، سرمایه اجتماعی کارایی کنش‌های فرستنده و گیرنده دانش را بالا برده و همین امر، احتمال رفتار فرصت‌طلبانه و ضرورت فرآیندهای هزینه‌آور پایش و نیز هزینه‌های مبادله را کاهش می‌دهد.

به‌رغم وجود تعاریف و مفهوم‌سازی‌های مختلف در ادبیات موضوعی، سرمایه اجتماعی در این پژوهش با الهام‌گیری از مطالعه‌های گذشته [۲۰][۳۲] در سه وجه ساختاری، رابطه‌ای،

و فاعلیت مفهوم شد که در ادامه ضمن شرح عناصر هر یک، فرضیه مربوطه تدوین می‌شود.

۳-۱- وجه ساختاری: این وجه بر عوامل جوئی سازمان که می‌توانند به تعامل‌های درون و میان شبکه کمک کنند، یا عوامل موجد پیوند میان افراد، اشاره دارد. مهمترین صور این وجه که در مدل واه و همکاران [۳۲] یون و آلین [۳۶] نیز به چشم می‌خورد، عبارتند از اهمیت‌دادن به سازمان و دریافت مشوق و پاداش. به‌زعم ون‌کروف [۳۱] اهمیت‌دادن به سازمان، یک هنجار اجتماعی در روابط و نهادهای انسانی است که اعتماد، همدردی فعال، دسترسی به کمک، مدارا و ارفاق در قضاوت و داوری و درجه مشترک بودن این عناصر در جامعه را در بر می‌گیرد. در زمینه اهمیت‌دادن به دیگری، ون‌کروف می‌گوید که فرد اهمیت‌دهنده (نظیر همکار یا مدیر ارشد در سازمان) ممکن است دانش ارزشمند و حمایتی را به‌خاطر انجام وظیفه یا یکپارچه کردن فرد با سازمان و شبکه و غیره فراهم کند. این نوع از حمایت، سازمان را موجودیتی با بیشترین میزان اهمیت‌دهی [۳۰] و نگران کارکنان توصیف می‌کند. برعکس، در جو سازمانی که اهمیت‌دهی اندکی در آن وجود دارد، میل اندکی به کمک‌رسانی وجود داشته و اهمیت‌دادن، یک ارزش مشترک در فرهنگ سازمان نیست [۳۲]. در اینجا باید گفت، اگر فردی برای شبکه‌های اجتماعی سازمان ارزش‌قائل شده و خود را غمخوار و دلسوز آن‌ها بداند، به احتمال زیاد به تسهیم دانش خود گرایش پیدا می‌کند. بنابراین، فرض می‌شود:

فرضیه ۱) اهمیت‌دادن به سازمان، بر رفتار تسهیم دانش در میان کارکنان تأثیر مثبتی دارد. برخی پژوهشگران [۴][۲۸] می‌گویند پاداش‌ها و مشوق‌ها، محور انگیزه فرد برای جستجوی منابع از طریق حلقه‌های ارتباطی یا پیمان‌های راهبردی است. همچنین، نظریه مبادله اجتماعی، چرایی تأثیر انواع مشوق‌ها بر عملکرد را تبیین می‌کند [۳۴]. طبق این نظریه، مطلوبیت پیامد، محتوای اطلاعات و راه‌کارهای کنترلی، به‌طور مشترک، در تحریک رفتار

مربوط به فعالیت، نقش دارند [۴]. در فضای تسهیم دانش، داوونپورت و همکاران [۱۰] می‌گویند دانش در مشاغل و ذات افراد محصور است. به زعم اُریلی و پوندی [۳۲] احتمال اینکه بازیگران، اطلاعات را به سمت دیگران راهی کنند، با پاداش‌هایی که افراد از تسهیم دانش انتظار دارند، رابطه مثبتی دارد. این نگاه‌ها می‌گویند فرد زمانی دانش را تسهیم می‌کند که تلاش وی از سوی سازمان به واسطه‌ی اعطای پاداش، رسمیت یابد. بنابراین، فرضیه ۲) نظام پاداش بر رفتار تسهیم دانش در میان کارکنان تأثیر مثبتی دارد.

۲-۳- وجه فاعلیت: این وجه بر ارزش‌های مشترک ذهنی میان افراد تمرکز دارد که نوع دوستی و تسخیر احساس‌ها از عناصر آن هستند. نوع دوستی یا محرک‌های جامعه‌پسند، به‌طور عموم برای توصیف کمک به دیگران و رفع نیازهای آنان به کار گرفته می‌شوند. این رفتارها به صورت ارادی و داوطلبانه و بدون هیچ توقع پاداش بیرونی به انجام می‌رسد. نوع دوستی عبارت است از کمک به همکاران در انجام دادن وظایفشان [۷]. مرگل و همکاران [۱۹] دریافتند تسهیم دانش تحت الشعاع بستر اجتماعی بوده و می‌تواند علاوه بر دلایل سازمانی، به علل فردی نظیر نوع دوستی نیز بروز یابد. دلایل جامعه‌پسند یک فرد ممکن است اهمیت خاصی را برای تبیین علت اینکه برخی از افراد، منابع موجود در تعامل‌های سرمایه اجتماعی را دنبال می‌کنند، داشته باشد. دلایل جامعه‌پسند به صورت اجتماعی بودن و میل افراد برای رابطه با دیگران به دلیل سازگاری فردی یا دوست داشتن، تعریف شده و فرد ممکن است آزادانه برای کمک به دیگری در راستای این سازگاری فردی، دانش خود را رها سازد [۳۲]. بر اساس می‌توان فرض کرد:

فرضیه ۳) نوع دوستی، بر رفتار تسهیم دانش در میان کارکنان تأثیر مثبتی دارد. تسخیر احساس‌ها، به فعالیت کنترل اطلاعات در جهت تسخیر نظرات دیگران برای رسیدن به اهداف فردی یا جمعی است که دو جلوه دارد: خودنمایی و خودشیرینی. خودنمایی یا برای ترس و وحشت دیگران یا برای کسب مهر و محبت دیگران انجام می‌شود. از طرفی، خودشیرینی به این شکل است که فرد برای دستیابی به مزایا و منافع، در مقابل مدیر خود

کارهایی را انجام می‌دهد که در نظر مدیر مطلوب است؛ اگرچه این رفتارها موردپسند عامل رفتار نباشد. وانگ و نوئی [۳۳] می‌گویند افراد ممکن است برای اینکه احساسات دیگران را تسخیر کنند، به تسهیم دانش خود روی بیاورند. برای مثال، فرد ممکن است برای خودشیرینی یا ریاکاری، دانش خود را در اختیار دیگران بگذارد. از لحاظ رفتاری، فردی که دانش شخص دیگری را دریافت می‌کند، بر این باور است که شخص اعطاکننده دانش یک انسان خوب، با ملاحظه، نوع‌دوست، کمک‌رسان و فداکار است، در حالی که وی از نیت رفتاری فرد برای اعطای دانش خبر ندارد. بنابراین، می‌توان گفت برخی افراد برای اینکه احساس‌های دیگران را به سمت خود متمایل سازند، به تسهیم دانش خود روی می‌آورند [۳۲]. از اینجا فرض می‌شود:

فرضیه ۴) تسخیر احساس‌ها، بر رفتار تسهیم دانش در میان کارکنان تأثیر مثبتی دارد.

۳-۳- وجه رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر محتوای پیوندهای افراد تمرکز دارد که ابراز شایستگی و بلندنظری از عناصر این وجه سرمایه اجتماعی محسوب می‌شوند. برخی [۶][۲۶] گفته‌اند توان انجام وظایف کاری که بدان مهارت یا شایستگی گفته می‌شود، بر اساس اعتماد میان همکارانی که فرد با آن‌ها در سازمان در مراد است، شکل می‌گیرد. پیش‌فرض ادعای گفته شده این است که توانایی، اعتماد به شخص خاصی در انجام موفق یک وظیفه خاص را تحمیل می‌کند. از دیدگاه تسهیم دانش، این شایستگی به توانایی ارایه اطلاعات ارزشمند و معتمد به گروه کاری اشاره دارد [۳۲]. جهت درک تأثیر توانایی و شایستگی بر تسهیم دانش به‌طور میدانی، می‌توان فرض کرد:

فرضیه ۵) بروز شایستگی، با میل افراد به رفتار تسهیم دانش رابطه مثبتی دارد.

بلندنظری یا بی‌تعصبی حزبی، نوعی ارزش بوده و بیانگر آزادی بیان، پرهیز از خودخواهی و خودبینی و نیز گرفتن و انتقال دانش به‌صورت ارادی و داوطلبانه است؛ تا به‌این‌وسیله زمینه برای خلق ایده‌های جدید یا جرح و تعدیل دانش و ایده قبلی فراهم آید. به‌زعم تسوولد و همکاران [۲۹] بلندنگری، اعضای یک محفّا را یکپارچه ساخته و تعانس و اعتمادی به بار

می‌آورد که ایده‌ها و اقدام‌های تازه‌ای پذیرفته شود. از دیدگاه تسهیم دانش، برخی از افراد طبق ویژگی‌های شخصیتی، ترسی از تسهیم دانش ندارند. از نظر آن‌ها، تسهیم آزادانه دانش نه تنها به نفع خودشان، بلکه به نفع سازمان است. برخلاف برخی افراد کوتاه‌بین که به عللی چون ترس از کاهش امنیت شغلی، رقیب شدن دیگران، و ... از تسهیم دانش برحذر هستند، افراد بلندنظر به دنبال تسهیم آزادانه دانش خود، پرهیز از محافظه‌کاری، بازگویی اشتباه‌های خود و دیگران برای عبرت‌آموزی خود و دیگران، یافتن راه‌هایی برای توسعه دانش خود و دیگران و مانند این‌ها هستند [۳۲]. از اینجا فرض می‌شود:

فرضیه ۶) ویژگی بلندنظری بر رفتار تسهیم دانش در میان کارکنان تأثیر مثبتی دارد.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر اجرا، تحلیلی-توصیفی از شاخه همبستگی است. در این پژوهش دو نوع متغیر مشاهده می‌شود: عناصر سرمایه اجتماعی جزء متغیرهای مستقل و رفتار تسهیم دانش به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند. فرض بر این است که هر یک از عناصر سرمایه اجتماعی بر روی رفتار تسهیم دانش تأثیر دارند. برای آزمون فرضیه‌ها، نمونه ۱۷۹ نفری از کارکنان دانشگاه صنعتی شریف به صورت تصادفی ساده انتخاب شده است.

جهت گردآوری داده‌های موردنیاز، ۲۷ شاخص از درون مقیاس‌های مربوط به مطالعه‌های گذشته متغیرهای پژوهش [۲۰][۲۵][۳۲] انتخاب شد که از این میان، ۴ گزینه برای هر یک از متغیرهای تسهیم دانش، اهمیت دادن به سازمان، تسخیر احساس‌ها، بلندنظری؛ ۳ گزینه برای متغیر پاداش و مشوق؛ و ۶ گزینه برای رفتار جامعه‌پسند در نظر گرفته شد. روش کار به این صورت بود که ابزار پژوهش به صورت فیزیکی در اختیار افراد قرار داده شد تا آن‌ها به صورت خوداظهاری، با مقیاس لیکرت و طیف پنج‌تایی (۱= کاملاً مخالف و ۵= کاملاً موافق)، نگرش خود را نسبت به گزینه‌ها در وضع جاری دانشگاه صنعتی شریف مشخص کنند. با توجه به اینکه داده‌های موردنیاز به صورت مقطعی و از یک منبع (خوداظهاری

افراد) گردآوری شدند، به منظور آگاهی از اینکه آیا داده‌ها مبتلا به «انحراف ناشی از روش مشترک» [۳۷] هستند یا خیر، تحلیل عاملی انجام شده است. نتایج نشان داد، میزان تبیین واریانس هر متغیر توسط شاخص‌های مربوطه خود، خوشبختانه تفاوت فاحشی با میزان تبیین واریانس متغیرهای دیگر ندارد. برای مثال، میزان تبیین واریانس در حالت تأییدی به صورت ۱۲/۲، ۱۰/۴، ۷/۱، ۵/۷، ۵/۴، ۴/۹، ۴/۲؛ و در حالت اکتشافی به صورت ۱۱/۹، ۹/۵۶، ۹/۰۷، ۹/۰۴، ۸/۸، ۸/۷ و ۸/۶ است.

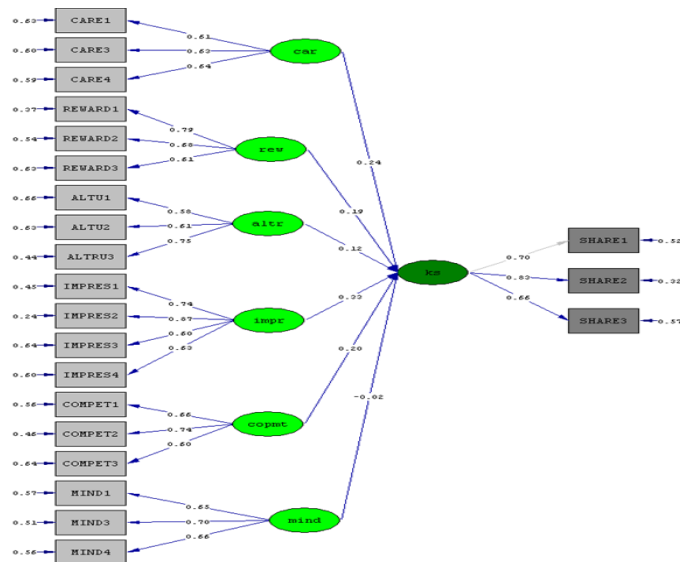
تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تحلیل فرضیه‌ها، از تکنیک مدلسازی معادله ساختاری تحت نرم‌افزار لیزرل (نسخه ۸/۵۳) استفاده شد. به پیشنهاد اندرسون و گرینگ [۳] استفاده از مدل معادله ساختاری بهتر است طی دو مرحله جدا اما مرتبط انجام شود: مدل اندازه‌گیری (مشمول بر تحلیل عاملی تأییدی) و مدل ساختاری. با انتخاب ماتریس کوواریانس به‌عنوان روش ورود داده، انتخاب روش حداکثر همانندی به‌عنوان روش برآورد، انتخاب حداقل بار عاملی در ۰/۶ [۱۲]، نتایج تحلیل عاملی تأییدی اولیه نشان داد پنج شاخص دارای بار عاملی استاندارد کمتر از ۰/۶ هستند. همچنین، آماره کای مربع نه تنها معنادار است، بلکه هم نسبت کای مربع به درجه آزادی بزرگ‌تر از ۲ بوده و از طرفی مقدار شاخص RMSEA نیز بیشتر از مقدار حداکثر ۰/۰۶ است. سایر شاخص‌های برازش مدل نیز چندان مطلوب و قابل قبول نبودند. در مجموع، برای بهبود برازش مدل، لازم بود این پنج گزینه از مدل اندازه‌گیری حذف شده [۳] و مجدد مدل SEM اجرا شود.

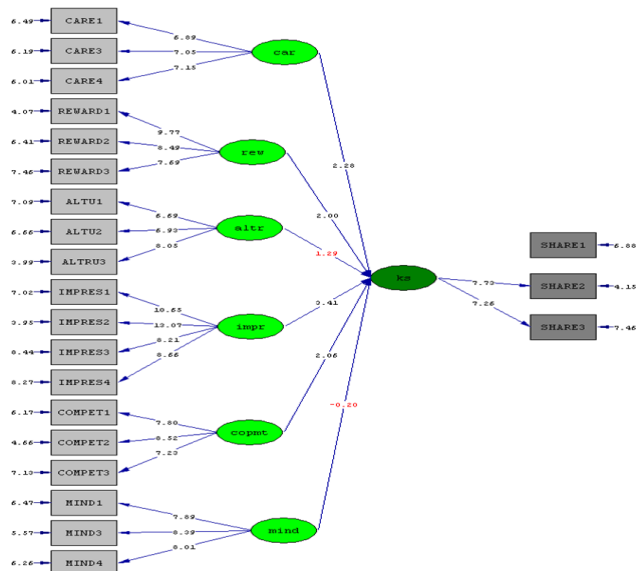
اجرای مدل لیزرل در مرتبه دوم نشان داد، نخست تقریباً تمامی بارهای عاملی (غیر از گزینه‌ای از عنصر نوع دوستی که از روی تسامح پذیرفته شد) بزرگ‌تر از مقدار حداقلی ۰/۶ بوده و درثانی همگی دارای مقادیر معنادار هستند. سرانجام، با اینکه معناداری آماره کای مربع کمتر از ۰/۰۵ و معنادار بود، اما نسبت کای مربع (۲۲۶/۱۸) به درجه آزادی (۱۸۸) کمتر از ۲، و از طرفی، مقدار RMSEA (۰/۰۳۴) نیز کمتر از مقدار حداکثری ۰/۰۶

بود. براساس مقادیر بارهای عاملی و معناداری، روایی همگرای شاخص‌ها تأیید می‌شود. محاسبه پایایی هر متغیر اصلی در قالب روش آلفای کرونباخ نشان داد، تمامی آن‌ها بزرگ‌تر از مقدار حداقلی ۰/۷ بوده، و از ۰/۷۰۲ (اهمیت به سازمان) به ۰/۸۶ (تسهیم دانش) می‌رسد.

پس از رعایت الزامات روان‌سنجی، اکنون می‌توان به تحلیل مدل ساختاری پرداخت. طبق نمودارهای ۱ و ۲، چهار متغیر مستقل (اهمیت به سازمان، پاداش، تسخیر احساس‌ها و ابراز شایستگی) دارای تأثیر معنادار بر روی متغیر وابسته (تسهیم دانش) هستند؛ اما نوع دوستی و بلندنظری تأثیر معناداری بر تسهیم دانش نداشتند. آن‌طورکه از پژوهش‌های گذشته انتظار می‌رفت، تمامی عناصر سرمایه اجتماعی (جز دو مورد) دارای تأثیر مثبت بر رفتار تسهیم دانش بودند. در این میان، بیشترین تأثیر معنادار به تسخیر احساس‌ها تعلق داشته و متغیرهای مستقل می‌توانند ۲۷ درصد واریانس تسهیم دانش را پیش‌بینی کنند. خلاصه نتایج فرضیه‌های پژوهش نیز در جدول ۱ آورده شده است.



نمودار ۱. مدل برآوردی در حالت استاندارد شده



نمودار ۲. مقادیر معناداری مدل برآوردی

جدول ۱. خلاصه نتایج فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	آلفا	معناداری	ضریب	معیار	۱. میانگین	
پذیرش با اطمینان ۹۵ درصد	۰/۷۰۲	۲/۲۸	۰/۲۴	۰/۶۲	۳/۹۸	اهمیت به سازمان
پذیرش با اطمینان ۹۵ درصد	۰/۷۳۰	۲	۰/۱۹	۰/۸۳	۳/۳۲	پاداش و مشوق
رد فرضیه	۰/۷۸۱	۱/۲۹	۰/۱۲	۰/۶۹	۳/۹۴	نوع دوستی
پذیرش با اطمینان ۹۹ درصد	۰/۸	۳/۴۱	۰/۳۳	۰/۹۱	۳/۲۸	تسخیر احساسات
پذیرش با اطمینان ۹۵ درصد	۰/۷۰۵	۲/۰۶	۰/۲۰	۰/۶۶	۳/۷۶	ابراز شایستگی
رد فرضیه	۰/۷۰۹	-۰/۲	-۰/۰۲	۰/۸۷	۲/۹۱	بلندنظری

توجه: آلفای کرونباخ، میانگین و انحراف معیار متغیر تسهیم دانش به ترتیب برابر با ۰/۷۶۸، ۲/۹۸ و ۰/۸۶ است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف از این پژوهش، تبیین رفتار تسهیم دانش کارکنان از دیدگاه سرمایه اجتماعی بود. با مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی در قالب شش عنصر، نتایج نشان داد که رابطه مثبت معناداری میان اهمیت دادن به سازمان و نیت برای رفتار تسهیم دانش وجود دارد. یعنی، اگر فردی

به سازمان اهمیت داده، و مرگ و زندگی آن را مهم تلقی کند، و از سوی دیگر، سازمان را حامی و پشتیبان خود بداند، به رفتار تسهیم دانش روی می آورد. در زمینه اهمیت دادن به دیگری، ون کروف و همکاران می گویند فرد اهمیت دهنده (نظیر همکار یا مدیر ارشد در سازمان) ممکن است دانش ارزشمند و حمایتی را به خاطر انجام وظیفه یا یکپارچه کردن فرد با سازمان و شبکه و غیره فراهم کند. این نوع از حمایت، سازمان را موجودیتی با بیشترین میزان اهمیت دهی [۳۰][۳۱] و نگران افراد توصیف می کند [۳۲]. برعکس، در جایی که افراد اهمیت اندکی برای سازمان قائل می شوند، میل اندکی به کمک رسانی و در اینجا، تسهیم دانش وجود داشته و اهمیت دادن، یک ارزش مشترک در فرهنگ سازمان نیست. در مجموع، می توان طبق نتایج برآمده از پژوهش چنین گفت که نیت کارکنان در یک محیط دانشگاهی برای تسهیم دانش و تخصص کاری خود، می تواند ناشی از اهمیت دادن آن ها به دانشگاه، و نیز ارزش قائل شدن برای آن باشد.

در مورد فرضیه دوم، نتایج بیانگر آن است که اعطای پاداش و مشوق بر رفتار تسهیم دانش تأثیر مثبتی دارد. اگر مکانیسم انگیزشی رسمی برای تسهیم دانش وجود داشته و کارکنان تسهیم دانش را نهفته در فرهنگ رسمی سازمان بدانند و باور داشته باشند که در صورت تسهیم دانش، به آنان پاداش مادی و غیر مادی تعلق می گیرد، آنگاه به رفتار تسهیم دانش روی می آورند. برای مثال، گنجاندن رفتار تسهیم دانش در برنامه ارزیابی عملکرد می تواند یک مکانیسم انگیزشی در جهت پرورش رفتار تسهیم دانش باشد. البته، باید توجه داشت که پاداش موردنظر باید بر نوع دانش و تخصصی که قصد تشریک آن می رود، سنگینی کند.

با وجود پژوهش های متعدد در زمینه رابطه میان رفتار نوع دوستی و تسهیم دانش [۱۹][۳۲][۳۶]، در این پژوهش رابطه معناداری میان این دو متغیر مشاهده نشد. در تبیین این نتیجه، باید گفت که ظاهراً در بستر انتخابی پژوهش، افراد سازوکارهای رسمی مشوق تسهیم دانش را به محرک های انسان دوستانه ترجیح می دهند. به عبارتی، افراد ترجیح می دهند اگر قرار است که دانش خود را در اختیار دیگران قرار دهند، این کار از دریچه

رسمی و قانونی آن (نه طبق میل و طینت درونی و شخصی) صورت گیرد. بنابراین، هرچند ممکن است افراد مایل به تسهیم دانش با دیگران از روی خصلت‌های انسان دوستانه باشند، اما در این پژوهش مشخص شد آن‌ها ترجیح می‌دهند که این کار مبتنی بر سازوکارهای سازمانی مانند اعطای پاداش و مشوق باشد؛ با این توجیه که چه‌بسا اگر از طریق نیت‌های خیرخواهانه و انسان دوستانه به تسهیم دانش روی بیاورند، سازمان از مکانیسم‌های رسمی تشویقی صرف‌نظر کند.

همانند واه و همکاران [۳۲]، در این پژوهش نیز مشخص شده است؛ متغیر تسخیر احساس‌ها، تأثیر معنادار مثبتی بر تسهیم دانش دارد. شاید سؤال شود چرا افراد به رفتارهای نوع دوستانه و خیرخواهانه گرایش نداشته، ولی میل به تسخیر احساسات دیگران از طریق تسهیم دانش دارند. در تبیین این نتیجه باید گفت، شاید فرد دارنده دانش فرض را بر این بگذارد که دستیابی به سازوکار تشویقی سازمان دشوار بوده و همواره فراهم نیست. از طرفی، اگر دانش خود را بر اساس تسخیر احساس‌ها در اختیار دیگران بگذارد، می‌تواند در تمامی زوایا از فرد گیرنده دانش به عواید مطلوبی برسد، در حالی که در سازوکار تشویقی رسمی صرفاً به پیامدهای مادی و غیرمادی شغلی - سازمانی دست پیدا می‌کند.

در مورد رابطه مثبت ابراز شایستگی با رفتار تسهیم دانش می‌توان چنین اظهار کرد، اگر افراد دارای مهارت‌ها و توانمندی‌های خاصی بوده و بخواهند در ازای نشان‌دادن توانمندی خود، اعتماد دیگران را جلب کنند، آنگاه به تسهیم دانش روی می‌آورند. در اینجا، هدف از تسهیم دانش، تسخیر احساس‌های دیگران از دیدگاه منفی یا بهره‌کشی در آینده نیست؛ بلکه نشان‌دادن توانایی‌های خود به دیگران و اینکه دیگران می‌توانند آن‌ها را همچون نقطه قابل اتکا تصور کنند، است.

سرانجام، برخی افراد طبق ویژگی‌های شخصیتی خود، ترسی از تسهیم دانش ندارند. از نظر آن‌ها، تسهیم آزادانه دانش نه تنها به نفع خودشان، بلکه به نفع سازمان است. برخلاف برخی از افراد کوتاه‌بین که به دلایلی چون ترس از کاهش امنیت شغلی، و رقیب شدن

دیگران، از تسهیم دانش اجتناب می‌کنند، افراد بلندنظر به دنبال تسهیم آزادانه دانش خود، پرهیز از محافظه‌کاری، بازگویی اشتباه‌های خود و دیگران برای عبرت‌آموزی خود و دیگران، یافتن راه‌هایی برای توسعه دانش خود و دیگران، و غیره هستند. به‌رغم برهان گفته شده، نتایج پژوهش نشان داد رابطه معناداری میان متغیر بلندنظری و تسهیم دانش وجود ندارد. در تبیین این نتیجه باید گفت احتمالاً در بستر انتخابی برای پژوهش، جو آزادانه و صریحی که بتوان اظهارنظر کرد، وجود ندارد. از طرفی، احتمالاً فقدان جلسات هم‌اندیشی، مباحثه آزاد و دوستانه و وجود روحیه محافظه‌کاری و پرهیز از بازگویی اشتباه‌ها در بستر انتخابی پژوهش حاضر، از دلایل عدم معناداری این رابطه باشند. هرچند، عدم معناداری روابط میان متغیرها بعضاً می‌تواند به دلایلی چون خطای نمونه‌گیری، ابزار نادرست و ناقص اندازه‌گیری و یا شانس نیز باشد.

دستاوردهای این پژوهش، مضامین قابل توجهی برای مسئولان اجرایی دارد. از منظر کاربردی، نخست، برخی افراد ممکن است بر اساس نیت‌های سودجویانه یا نیل به اهداف صرفاً شخصی به رفتار تسهیم دانش روی بیاورند. مثلاً فرد ممکن است در حضور مدیر خود که انتخاب‌کننده‌ی ترفیع شغلی را برعهده دارد، به تسهیم دانش پردازد. دوم، طبق نظریه مبادله اجتماعی، افراد زمانی به سازمان اهمیت می‌دهند که حمایت سازمان از خود را ادراک کرده باشند. سوم، برخی افراد مایلند تا با استفاده از راه‌های مختلفی از قبیل تسهیم دانش در میان دیگران، توانایی‌های خود را بروز داده و به‌نوعی به خود انگیزه دهند. شناسایی این قبیل افراد و قرار دادن آن‌ها در عرصه‌های نیازمند تسهیم دانش می‌تواند کمک شایانی به انگیزه این افراد، سودمندی دیگران و موفقیت کلی سازمان نماید. چهارم، افراد ترجیح می‌دهند به جای نیات نوع دوستانه، طبق سازوکارهای انگیزشی مادی و غیرمادی به تسهیم دانش پردازند. لحاظ رفتار تسهیم دانش در فرم ارزیابی عملکرد، تشویق و تمجید از تسهیم‌کننده دانش در جلسه رسمی، و ترفیع و مواردی از این قبیل می‌تواند از جمله راهکارهای رسمی ترغیب تسهیم دانش در میان کارکنان باشد. پنجم، ظاهراً برخی از

افراد نمی‌توانند آزادانه نظرهای خود را ابراز کرده یا در جلسات هم‌اندیشی صحبت کنند. از این رو، لازم است فکری به حال محافظه‌کاری و یا پرهیز از بررسی و موشکافی اشتباه‌ها شود. در نهایت، افراد برای تسهیم دانش، میلی به رفتارهای جامعه‌پسند ندارند. اشکال این امر می‌تواند به برجسته‌تر بودن نظام پاداش رسمی یا فقدان فرهنگ نوع‌دوستی و رفتار شهروندی سازمانی بازگردد. بنابراین، بهتر است با گنجاندن محرک‌های نوع‌دوستانه تسهیم دانش در فرم‌های ارزیابی عملکرد کارکنان (در کنار مشوق‌های رسمی مادی)، این مشکل نیز مرتفع شود.

این پژوهش با چند محدودیت (مانند مقطعی بودن، انتخاب یک دانشگاه و یک منبع برای داده) مواجه است که تعمیم‌پذیری یافته‌ها را قدری مشکل می‌سازد. برای مطالعه‌های آتی پیشنهاد می‌شود، از ابزارهای دیگری جهت سنجش تسهیم دانش و ابعاد سرمایه اجتماعی استفاده شود. تکرار این پژوهش در سایر دانشگاه‌ها می‌تواند قدرت تعمیم‌پذیری یافته‌ها را افزایش دهد. سرانجام، طبق نظر برخی [۲][۳۷] بهتر است که در پژوهش دیگری، سرمایه اجتماعی متغیر وابسته و تسهیم دانش متغیر مستقل در نظر گرفته شوند.

منابع

۱. کشاورزی علی حسین (۱۳۸۶). موانع و تسهیل‌کننده‌های تسهیم دانش در سازمان‌ها، اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش، بهمن ماه، تهران، ایران.
2. Adler P.S, Kwon S (2000). Social capital: the good, the bad, and the ugly'', in Lesser, E.L. (Ed.), Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications, Butterworth-Heinemann, Burlington, MA: 89-115.
3. Anderson J, Gerbing W (1988). Structural equation modeling in Practice: A review and recommended two stage approach. Psychological Bulletin; 27 (1): 5-24.
4. Bartol K. M, Srivastava A (2002). Encouraging knowledge sharing: the role of organizational reward systems. Journal of Leadership and Organizational Studies; 9(1): 64-76.

5. Bircham-Connolly H, Corner J, Bowden S (2005). An Empirical Study of the Impact of Question Structure on Recipient Attitude during Knowledge Sharing. *The Electronic Journal of Knowledge Management*.
6. Blau P (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York, John Wiley & Sons, Inc.
7. Brief A. P, Motowidlo S. J (1986). Prosocial organizational behaviors. *Academy of Management Review*; 11(4): 710-725.
8. Collins J. D, Hitt M. A (2006). Leveraging tacit knowledge in alliances: The importance of using relational capabilities to build and leverage relational capital. *Journal of Engineering and Technology Management*; 23(3): 147-167.
9. Davenport T. H, Prusak L (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
10. Davenport T. H, De Long, D. W, Beers M. C (1998). Successful knowledge management projects. *Sloan Management Review*; 39(2): 43-57.
11. Dixon N (2002). The neglected receiver of knowledge sharing, *Ivey Business Journal*; 66(4): 35-40.
12. Fornell C, Larcker D.F (1981). Evaluating structural equation models with unobserved variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*; 18: 39-50.
13. Huysman M, de Wit D (2000). Knowledge management in practice. In Edwards, J. & Kidd, J. (Eds.) *Knowledge Management Conference (KMAC 2000)*, Birmingham, UK.
14. King W. R. (2006). Maybe a knowledge culture isn't always so important after all. *Information Systems Management*; 23: 88-89.
15. Leana C.R, van Buren H.J (1999). Organizational social capital and employment practices, *Academy of Management Review*; 24(3): 538-555.
16. Makino S, Inkpen A. (2003). Knowledge seeking FDI and learning across borders. In M. Easterby-Smith, & M. Lyles (Eds.), *Handbook of organizational learning and knowledge management* (pp. 233-252). Malden, MA: Blackwell Publishing.
17. McDermott R. (1999). Why information technology inspired but cannot deliver knowledge management, *California Management Review*; 41(4): 103-17.

18. McDermott R, O'Dell C (2001). Overcoming culture barriers to sharing knowledge, *Journal of Knowledge Management*; 5(1): 76-85.
19. Mergel I et.al (2008). Lending a helping hand: voluntary engagement, in knowledge sharing, *Int. J. Learning and Change*; 3(1): 5-22.
20. Nahapiet J, Ghoshal S (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage, *Academy of Management Review*; 23(2): 242-266.
21. Nonaka I, Takeuchi H (1995). *The Knowledge-Creating Company*, Oxford University Press, Oxford.
22. Nonaka I, Konno N (1998). The concept of 'Ba': Building a foundation for knowledge creation. *California Management Review*; 40(3): 40-54.
23. Podsakoff P. M, MacKenzie S. B, Lee J.-Y, Podsakoff N. P (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*; 88: 879-903.
24. Polany M (1997). *The Tacit Dimension*, in: Laurence Prusak (ed.) *Knowledge in Organizations*. Butterworth-Heinemann, Newton, MA
25. Rioux S, Penner L.A (2001). The causes of organizational citizenship behavior: A motivational analysis. *Journal of Applied Psychology*; 86(6): 1303-1314.
26. Schurr P.H, Ozanne (1985). Influences on exchange processes: Buyers' preconceptions of a seller's trustworthiness and bargaining toughness. *Journal of Consumer Research*; 11(4): 939-953.
27. Stenmark D (2000). Leveraging tacit organizational knowledge. *Journal of Management Information Systems*; 17: 9-24.
28. Thompson E.P, Kruglanski A.W, Spiegel S. (2000). Attitudes as knowledge structures and persuasion as a specific case of subjective knowledge acquisition. In G.R. Maio & J.M. Olson (Eds.), *Why we evaluate: Functions of attitudes* (pp. 59-95). Mahwah, NJ; London: Lawrence Erlbaum Associates.
29. Tjosvold D, Hui C, Sun H (2000). Social face and open-mindedness: Constructive conflict in Asia. In C.M. Lau et al. (Eds.), *Asian management matters: Regional relevance and global impact*, (3-16). London: Imperial College Press.
30. Von Krogh, G (1998). Care in knowledge creation. *California Management Review*; 40(3): 133-153.

31. Von Krogh G.V (2003). Knowledge sharing and the communal resource. In M. Easterby-Smith & M.A. Lyles (Eds.), *The Blackwell handbook of organizational learning and knowledge management* (pp. 372-392). Malden, MA/Oxford: Blackwell Publishing.
32. Wah C.Y and et.al (2007). Social Capital and Knowledge Sharing in Knowledge-Based Organizations: An Empirical Study, *International Journal of Knowledge Management*; 3(1): 29-48.
33. Wang S, Noe R.A (2009). Knowledge sharing: A review and directions for future research, *Human Resource Management Review* xxx (2009) xxx-xxx.
34. Wolfe C, Loraas T (2008). Knowledge Sharing: The Effects of Incentives, Environment, and Person, *Journal of Information Systems*; 22(2): 53-76.
35. Woolcock M (1998). Social capital and economic development: towards a theoretical synthesis and policy framework, *Theory and Society*; 27(2): 151-208.
36. Yun S, Allyn M.R (2005). Causes of knowledge sharing behaviors: motivational/functional approach, *Journal of the Academy of Business and Economics*.
37. Zeleny M (1987). Management Support Systems: Towards Integrated Knowledge Management, *Human Systems Management*; 7(1): 59-70.