

بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی و عوامل برانگیزنده فردی بر

اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی

(مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی

واحد خوراسگان)

عادلہ دهقانی قهنویه^۱ و محمد مهدی افشار^۲

چکیده:

باگسترش فضای مجازی در تمامی ابعاد زندگی افراد فرصت‌های مناسبی را برای اشتراک‌گذاری دانش فراهم نموده است. عوامل بسیاری بر اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی تأثیرگذار است. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی و عوامل برانگیزنده بر اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی است. روش تحقیق مطالعه از لحاظ نتیجه کاربردی و از نظر هدف توصیفی و به روش پیمایشی انجام گرفته است. کلیه دانشجویان ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان به عنوان جامعه آماری بودند که از میان آن‌ها ۲۵۳ نفر براساس فرمول کوکران به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از مدل‌سازی معادلات ساختاری براساس نرم‌افزار Smart-PLS استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که بعد رابطه‌ای و عوامل برانگیزنده فردی بر اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی تأثیری مثبت و معناداری دارند؛ بنابراین هرچه بعد رابطه‌ای (اعتماد، هویت و رابطه‌ی متقابل) بهبود یابد باعث افزایش اشتراک‌گذاری دانش می‌شود.

کلیدواژه: سرمایه اجتماعی، اشتراک‌گذاری دانش، عوامل برانگیزنده فردی، دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

^۱ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه یزد، یزد، ایران (نویسنده مسئول).

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت، دانشگاه صنایع و معادن، تهران، ایران

مقدمه

ظهور جوامع مجازی یک راه‌حل، بینش جدید و مکانیزیمی برای مدیریت دانش و اشتراک‌گذاری دانش در سازمان‌ها فراهم نموده است. تبادل سریع اطلاعات باعث تغییرات چشمگیری در سبک زندگی افراد و افزایش یادگیری‌های فردی و سازمانی شده است. جوامع مجازی فرصت‌های برای حل مشکلات، بهبود قابلیت‌های فردی، جذب دانش تخصصی و ایجاد خلاقیت و نوآوری را از طریق به اشتراک‌گذاری ایده‌ها و افکار فراهم نموده است (چن و هیونگ، ۲۰۱۰)^{۴۴}. جوامع مجازی فرصت مناسبی را برای برقرار ارتباطات و تعاملات کاربران فراهم نموده است. دانش شامل اطلاعات، تجربیات و نظراتی است که به صورت یکپارچه در آمده‌اند. دانش به دو دسته دانش ضمنی و دانش صریح تقسیم می‌گردند. دانش ضمنی تنها فرد می‌تواند آن را به اشتراک‌گذار در حالی دانش صریح را می‌توان از طریق فرآیندها تکنولوژی محور و یا فرآیندهای ساختاری کسب نمود (چانگ و چوانگ، ۲۰۱۱)^{۴۵}. بنابر نظر ون دن هوف و دریدر^{۴۶} (۲۰۰۴) منظور از اشتراک‌گذاری دانش فرآیندی متقابل تبادل مشترک دانش توسط افراد می‌باشد که این نوع اشتراک‌گذاری منجر به ایجاد دانش جدید می‌گردد (گانگنه، ۲۰۰۹)^{۴۷}. بنابر نظر هایو و همکاران (۲۰۱۳) یکی از مسائل مطرح شده تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح روشن و عدم تمایل آنان برای اشتراک‌گذاری دانش می‌باشد که افراد چگونه می‌توانند دانش و دانسته‌های ضمنی خود را مانند دانش صریح همچون اسناد و فایل‌ها در آورند و به اشتراک‌گذارند (چیونگ ۲۰۱۵).

سرمایه اجتماعی را می‌توان به دو سطح فردی و گروهی تقسیم نمود. در سطح گروهی، سرمایه اجتماعی به عنوان یک کالای عمومی محسوب می‌گردد؛ که به مشارکت بالقوه، اعتماد عمومی و دلبستگی عاطفی بین یک گروه یا جامعه بستگی دارد. در سطح فردی، سرمایه اجتماعی به عنوان یک دارایی شخصی است که به نفع فرد یا یک شرکت به حساب می‌آید (جاواخادز و همکاران، ۲۰۱۵)^{۴۸}. سرمایه اجتماعی نتیجه تعاملات و همکاری افرادی می‌باشد که ایده‌های مشترکی دارند (کارمونا-لاوادی و همکاران، ۲۰۱۰)^{۴۹}. زندگی دوم (زندگی مجازی) یک محیط کاملاً اجتماعی است که افراد به کمک سرمایه اجتماعی در آن معاشرت می‌نمایند. زندگی دوم خارج از چارچوب‌های رسمی سنتی، افراد از مشارکت، دیدار با مردم لذت می‌برند. فعالیت‌های همچون یادگیری، کار کردن با احساساتی همچون

۴۴. Chen and Hung

۴۵. Chang and Chuang

۴۶. Van den Hooff and de Ridder

۴۷. Gagné

۴۸. Javakhadze, Ferris and French

۴۹. Carmona-Lavado et al.

تجربه اجتماعی مثبت و منفی همراه می‌باشد (هیویلا و همکاران، ۲۰۱۰). سرمایه اجتماعی محل مهمی برای چگونگی کارکرد جوامع و چگونگی اشتراک‌گذاری اطلاعات و آثار آن در گروه‌ها و جوامع مختلف می‌باشد (هیویلا و همکاران، ۲۰۱۰)^{۵۰}. سرمایه اجتماعی از طریق جریان‌های اطلاع‌رسانی مثل آموزش مربوط به مشاغل، تبادل عقاید، تبادل اطلاعات هنجارهای مربوط به معاملات در شبکه‌های اجتماعی، مشارکت‌های مردمی، گروه‌های خودیاری، روحیه جمع‌گرایی در برابر فردگرایی و تنوع دوستی شکل می‌گیرد (توسلی و همکاران، ۱۳۹۱). اندیشه اصلی سرمایه اجتماعی این است که خانواده، دوستان و همکاران، دارایی بسیار مهمی را تشکیل می‌دهند که یک فرد می‌تواند در شرایط بحرانی آن‌ها را به کار گیرد، از آن‌ها بهره‌گیرد و یا برای منافع مادی استفاده نماید. مفهوم سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبعی با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضاء می‌شود (پوتنام و گوس، ۲۰۰۲: ۹ به نقل از گل محمدی‌نژاد بهرامی و مهدوی، ۱۳۹۰). طی چند دهه اخیر پژوهش‌های زیادی انجام شده است، ولی درباره سرمایه اجتماعی و اشتراک‌گذاری دانش در فضای اجتماعی پژوهش‌های بسیار کمی انجام شده است و در مرز پژوهش‌های داخل ایران محدود شویم، شاید بتوان بیان نمود که درباره تأثیر عوامل برانگیزنده فردی و سرمایه اجتماعی بر اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی پژوهشی یافت نشده است و باتوجه به جای خالی آن و با در نظر داشتن افزایش روز افزون تمایل افراد از جمله دانشجویان در مشارکت و استفاده فضای مجازی و همگیری شدن این فضا در تمام ابعاد زندگی افراد و همچنین اهمیتی که اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی دارد، این مطالعه در صدد بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و عوامل برانگیزنده فردی بر اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی می‌باشد.

اشتراک‌گذاری دانش در زندگی مجازی

ظهور جوامع مجازی یک راه‌حل، بینش جدید و مکانیزیمی برای مدیریت دانش و اشتراک‌گذاری دانش در سازمان‌ها فراهم نموده است. تبادل سریع اطلاعات باعث تغییرات چشمگیری در سبک زندگی افراد و افزایش دانش‌های آنان دارد. جوامع مجازی فرصت‌های برای ارائه و اشتراک‌گذاری ایده‌ها و افکار فراهم نموده است (چن و هیونگ، ۲۰۱۰). بنابر نظر ون دن و همکاران^{۵۱} (۲۰۰۴) منظور از اشتراک‌گذاری دانش فرایندی متقابل تبادل مشترک دانش توسط افراد می‌باشد که این نوع اشتراک-گذاری منجر به ایجاد دانش جدید می‌گردد (گانگنه، ۲۰۰۹).

^{۵۰}. Huvila, Holmberg, Ek and Widén-Wulff

^{۵۱}. van den Hooff & de Ridder

سرمایه اجتماعی در زندگی مجازی

سرمایه اجتماعی به منابع بالقوه و بالفعل که افراد از دانستن دیگران که بخشی از یک شبکه اجتماعی است بدست می‌آورند اشاره دارد (رمضان پور و همکاران، ۲۰۱۴ به نقل از طباطبایی نسب و باقری قره بلاغ، ۱۳۹۵). تسای و قوشال بیان نمودند که سرمایه اجتماعی دارای سه بعد اصلی ساختاری، رابطه‌ای و شناختی می‌باشد (تسای و قوشال، ۱۹۹۸)^{۵۲} که در زیر به آن‌ها پرداخته شده است.

بعد ساختاری

بعد ساختاری شامل روابط تعاملات اجتماعی است که ممکن است باعث برانگیختن اعتماد و درک اعتماد شود. بنابر مطالعات صورت پذیرفته توسط جابارو (۱۹۷۸) و گولاتی (۱۹۹۵) گرانووتر (۱۹۸۵) نشان داده‌اند که روابط مبتنی بر اعتماد حاصل تعاملات اجتماعی می‌باشند (تسای و قوشال، ۱۹۹۸). بعد ساختاری شامل تعاملات اجتماعی می‌باشد. بنابر نظر سلطانی (۱۳۸۹) تعامل اجتماعی درون سازمانی نتیجه‌ی روابط و شبکه‌هایی است که در درون سازمان شکل می‌گیرد. این نوع تعامل اجتماعی خود به دو بخش تقسیم خواهد شد. تعامل اجتماعی که بین اعضای گروه‌ها، تیم‌ها و واحدهای سازمان بروز می‌کند و تعامل اجتماعی که بین دو گروه، تیم یا واحد در سازمان شکل خواهد گرفت. تعامل اجتماعی برون سازمانی در حقیقت نتیجه‌ی ایجاد ارتباط بین دو سازمان می‌باشد (رفوا، عباسی سورکی، ۱۳۹۴). یلی - رنکو و آیتو (۲۰۰۱) به نقل از چيو همکاران بیان نمودند که تعاملات اجتماعی و روابط میان اعضای جامعه مجازی راه مقرون به صرفه برای به اشتراک‌گذاری دانش محسوب می‌گردد. افزایش تعاملات اجتماعی شدت و وسعت تبادل دانش را افزایش می‌دهد (چانگ و چيوانگ، ۲۰۱۱).

بعد رابطه‌ای

سرمایه رابطه‌ای «به عنوان دانشی است که موجب روابط بین سازمان‌ها و گروه‌های مرجع خود می‌شوند» (هورمیگا و همکاران، ۲۰۱۱)^{۵۳}. اعتماد، هویت، رابطه متقابل را در بعد رابطه‌ای سرمایه‌ای اجتماعی به عنوان یک ماهیت عاطفی در اتصالات می‌باشد که به هنگام اشتراک‌گذاری دانش باعث تسهیل تبادلات بین افراد می‌گردد (چانگ و چيوانگ، ۲۰۱۱)؛ بنابراین در این پژوهش مؤلفه‌های بعد سرمایه رابطه‌ای را اعتماد، هویت و روابط متقابل در نظر گرفته شده است.

۵۲. Tsai and Ghoshal

۵۳. Hormiga et al.

اعتماد: لی و چوی (۲۰۰۳) اعتماد را درجه‌ای از باورها، نیت خوب، رفتار، شایستگی و قابلیت اطمینان اعضای با توجه به اشتراک‌گذاری دانش در جوامع مجازی می‌دانند (لین و همکاران، ۲۰۰۹)^{۵۴}. اعتماد به عنوان یک عامل ضروری است که افراد با گذشت زمان براساس رفتار طرف مقابل به آن به وجود می‌آید. اعتماد نشان دهنده صداقت، شفافیت، تمامیت و احترام به نظرات دیگران می‌باشد (کامپس و مارگیوس، ۲۰۱۴)^{۵۵}.

هویت: هویت به عنوان یک عامل ضروری در یک جامعه مجازی برای اشتراک‌گذاری دانش می‌باشد که نشان دهنده تمایل فرد در حفظ یک رابطه است. کرامر و همکارانش (۱۹۹۶) دریافته‌اند که احساس همانندی کردن با یک گروه یا جمع، نگرانی درباره‌ی فرایندها و نتایج جمعی را افزایش می‌دهد و بدین ترتیب احتمال فرصت تبادل اطلاعات افزایش می‌یابد. لویسکی و بیونک (۱۹۹۶) در تحقیقات-شان نشان داده‌اند که هویت گروهی چشمگیر نه تنها ممکن است فرصت‌های تبادل اطلاعات را افزایش دهد، بلکه ممکن است فراوانی همکاری را نیز بین اعضای گروه افزایش دهد (مهدیان‌راد، فضلی، ۱۳۹۰).
رابطه متقابل: بنا بر نظر چاوش باشی (۱۳۸۷) ارتباط متقابل عبارت است از فرآیند مبادله کالا یا خدمات میان فرد یا گروهی با فرد یا گروه دیگری که قبلاً از خدمات آن‌ها استفاده کرده است. روابط متقابل از طریق هنجارها هدایت می‌شود، هنجارهای ارتباط متقابل بر حسب نوع شبکه متغیر است. هر چه روابط در شبکه کمتر قانونمند و تبادل بلندمدت باشد، ارتباط متقابل انعطاف‌ناپذیرتر خواهد بود (توکلی همکاران، ۱۳۹۳).

بعد شناختی

بنا بر نظر بولینو و همکاران (۲۰۰۲) این عنصر به منابعی اشاره دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌هاست. این بعد به میزان اشتراک دیدگاه و تفاهم کارکنان در شبکه اجتماعی مربوط می‌شود. این درک و فهم دوجانبه در میان کارکنان، از طریق زبان مشترک و مبادله حکایت‌های مشترک بدست می‌آید (شمسی و همکاران، ۱۳۹۴). در این مطالعه جهت بررسی بعد شناختی از مؤلفه‌های زبان مشترک، چشم انداز مشترک، اهداف مشترک استفاده شده است که در ذیل به صورت مختصر مورد بحث قرار گرفته شده است.

زبان مشترک: زبان مشترک از زبان خود فرد فراتر می‌باشد که شامل کلمات اختصاری با پیچیدگی‌های خاص و مفروضاتی است که به عنوان عامل اصلی در تعاملات بین افراد محسوب می‌گردد

۵۴. Lin et al.

۵۵. Camps and Marques

(لسر، استورک، ۲۰۰۱)^{۵۶}. زبان مشترک نه تنها باعث اشتراک‌گذاری دانش می‌گردد بلکه باعث افزایش بهره‌وری ارتباط بین افراد و کسب تجربه عملی می‌گردد. همچنین زبان با ایجاد انگیزه شرکت‌کنندگان کمک می‌نماید تا به صورت فعال دانش خود که شامل فعالیت‌های تبادلات و کیفیت دانش است را به اشتراک گذارد (چیو و همکاران، ۲۰۰۶)^{۵۷}.

چشم‌انداز مشترک: چشم‌انداز مشترک به عنوان اهداف و آرمان‌های جمعی و خواسته‌های اعضای یک سازمان می‌باشد که به عنوان مکانیسمی باعث ادغام بخش‌های مختلف یک سازمان و ترکیب منابع بین آنان می‌شود (تسای و قوشال، ۱۹۹۸). چشم‌اندازهای مشترک در یک جامعه مجازی به اشتراک‌گذاری دانش کمک می‌نماید و بدین معنا که باعث افزایش کمیت و کیفیت دانش به اشتراک گذاشته می‌شود (چیو و همکاران، ۲۰۰۶).

اهداف مشترک: بنابر نظر یانگ و همکاران (۲۰۱۱) یکی از مهمترین جنبه‌های سرمایه‌شناختی، اهداف مشترک میان اعضای می‌باشد. اهداف مشترک احساس وحدت و یگانگی بین کلیه اعضای گروه می‌بخشد و آنان را جهت رسیدن به نتیجه مطلوب متحد می‌نماید (هرندی، ۱۳۹۳). بنابر مطالعه صورت پذیرفته توسط واگنر^{۵۸} (۱۹۹۵) وجود اهداف مشترک باعث ترویج درک متقابل و تبادل نظر بین افراد می‌گردد. اهداف مشترک این امکان را ایجاد می‌نماید تا افراد در کنار هم دانسته‌های خود را به اشتراک گذارند و همچنین در یک سازمان اهداف مشترک می‌تواند از طریق همکاری و به اشتراک‌گذاری دانش به وجود آیند (چو و چن، ۲۰۰۸).

عوامل انگیزشی فردی

اشتراک‌گذاری دانش در جوامع مجازی براساس تشویق و نه اجبار صورت می‌گیرد. زمانی اشتراک‌گذاری دانش افزایش می‌یابد که فرد انگیزه کافی برای اشتراک‌گذاری داشته باشد. در صورتی که به فرد پس از اشتراک‌گذاری پاداشی تعلق نگیرد که هزینه از دست دادن دانش منحصر به فرد او را جبران نماید سپس قصد اشتراک‌گذاری او در آینده کاهش می‌یابد (چانگ و چوانگ، ۲۰۱۱). در این مطالعه عوامل برانگیزنده فردی شامل اعتبار، نوع دوستی، خودکارآمدی و نتایج انتظارات شخصی می‌باشد.

^{۵۶}. Lesser and Storck

^{۵۷}. Chiu et al.

^{۵۸}. Wagner

اعتبار: اعتبار به عنوان یک مزیت درک شده برای افزایش رفتار اشتراک‌گذاری دانش در جوامع مجازی می‌باشد. اعتبار و افزایش آن به عنوان یک عامل برای برانگیختن افراد برای شرکت و اشتراک-گذاری دانش به دفعات مکرر می‌باشد. استاتالارت و وینستون (۲۰۰۱) بیان نمودند که افرادی که دارای تخصص ارزشمندی هستند این منجر به بهبود عزت نفس می‌شود و در نهایت باعث به رسمیت شناختن به عنوان یک متخصص می‌شود این موضوع باعث ایجاد اعتبار می‌گردد. کانکانهالی، تان و وی^۱ (۲۰۰۵) اعتبار را به عنوان عوامل انگیزشی برای به اشتراک‌گذاری دانش دانسته‌اند (چانگ و چپوانگ، ۲۰۱۱).

نوع دوستی: بنابر نظر داورنپورت (۱۳۷۹) بسیاری از دانشکاران تنها برای موفقیت شرکت و یا ارضای انگیزش درونی خود در خصوص کمک به دیگران دانش خود را عرضه می‌کنند. انگیزش عرضه دانش، ناشی از عشق به رشته علمی و درجاتی از نوع دوستی است. نوع دوستی در دانش امری ضروری، قابل تشویق و گسترش است مک فرسون معتقد است " فرهنگ ملی ما فردگرایی ملکی است." بنابراین به هیچ وجه منطقی نیست که رواج موضوع مهمی مثل تسهیم دانش را کاملاً به نیت پاک آدم‌ها واگذاریم (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

خودکارآمدی: بنابر نظر بندوار (۱۹۹۱) خودکارآمدی به ارزیابی فرد از قابلیت‌های خود با توجه به رفتار آن گفته می‌شود. خودکارآمدی در اشتراک‌گذاری دانش به باور فرد درمورد قابلیت اشتراک‌گذاری دانش اشاره دارد. برای اینکه فرد متقاعد گردد که دانش واقعی آن ارزش به اشتراک‌گذاشتن را دارد و همچنین وی مهارت لازم برای ارائه اطلاعات را نیز دارد. همچنین وی باید متقاعد گردد دانش و مهارت‌های کافی در مورد فناوری اطلاعات و ارتباطات که لازمه تصرف دانش در دنیای دیجیتال می‌باشد را دارد (وان آکر و همکاران، ۲۰۱۴).^۲ به طور کل، خودکارآمدی درک شده نقش مهمی در تأثیرگذاری انگیزه و رفتار افراد دارد؛ بنابراین، به احتمال زیاد افراد با خودکارآمدی بالاتر نسبت به افراد با خودکارآمدی پایین به ایفای رفتارهای مرتبط بیشتری خواهند پرداخت (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

نتایج انتظارات شخصی: بندوار (۱۹۹۷) نتیجه انتظارات را شامل سه شکل عمده اثرات فیزیکی (لذت، درد، ناراحتی)؛ اثرات اجتماعی (به رسمیت شناخته شدن، پاداش‌های پولی، قدرت و تشویق حضار) و اثرات خود ارزیابی (همانند رضایت خود) دانسته است (هسیو و همکاران، ۲۰۰۷).^۳ نتایج انتظارات

۱. Kankanhalli, Tan and Wei

۲. Van Acker et al.

۳. Hsu et al.

شخصی تمرکز بر انتظاراتی همچون کسب اطلاعات بیشتر، به رسمیت شناخته شدن، بدست آوردن دوستان بیشتر و همکاری بهتر دارد. این انتظارات شخصی در زمینه اشتراک‌گذاری دانش به تأثیر اشتراک‌گذاری دانش فرد در جامعه مجازی به منظور دستیابی به اهداف، غنی‌سازی دانش و ادامه فعالیت در جامعه مجازی اشاره دارد (هسیو و همکاران، ۲۰۰۷).

پیشینه و تدوین فرضیات پژوهش

هیویلا و همکاران (۲۰۱۰) اولین بار به مطالعه سرمایه اجتماعی در زندگی مجازی پرداختند. هدف این مطالعه بررسی سرمایه اجتماعی در زندگی دوم (مجازی) و بررسی تفاوت بین سرمایه اجتماعی در زندگی دوم و زندگی واقعی می‌باشد. همچنین اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی و بررسی اینکه آیا نیاز به اصلاح دارد را مورد مطالعه قرار داده‌اند. آنان معتقدند که زندگی دوم یک محیطی مناسب برای ظهور و پرورش سرمایه اجتماعی می‌باشد. نتایج بیانگر این است که انگیزه اصلی برای شرکت در زندگی دوم پرورش انباشته سرمایه اجتماعی می‌باشد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که متغیرهای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در زندگی واقعی و زندگی دوم همگرا نیستند؛ زیرا تفاوت آشکاری در معاشرت بین این دو محیط وجود دارد. در صورتی که ساکنان زندگی دوم را به عنوان تولیدکننده در نظر بگیریم دارای سطوح بالاتری از سرمایه اجتماعی نسبت به افراد غیر تولیدکننده می‌باشند. بنابر مطالعه مهربان‌فر و میقانی‌نژاد (۱۳۹۳) مؤلفه‌های گوناگون سرمایه اجتماعی می‌توانند در پیاده‌سازی مؤثر مدیریت دانش نقش کلیدی ایفا نمایند؛ به طوری که فرایند اشتراک‌گذاری دانش که چالش برانگیزترین فرایند مدیریت دانش است، می‌تواند در اثر نبود مؤلفه‌های مناسب سرمایه اجتماعی و توجه آن، توسط مدیران ارشد به عنوان یک مؤلفه اساسی کاملاً بی‌نتیجه باشد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که اهمیت سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از شاخص‌های کلیدی مدیریت منابع انسانی در کارآمدسازی مدیریت دانش محسوب می‌گردد. کاظمی و همکاران (۱۳۹۳) جهت بررسی تأثیر عوامل اثرگذار بر اشتراک‌گذاری دانش در جوامع مجازی ایرانی از متغیرهای تأثیرگذاری همچون فاکتورهای مفهومی و فاکتورهای اختصاصی استفاده نمودند. جامعه مورد مطالعه شامل اعضای انجمن پی سی ورلد می‌باشد. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین هنجارهای تبادل دانش، اعتماد بین فردی، خودکارآمدی دانش، مزیت مرتبط درک شده و در نهایت سودمندی درک شده با اشتراک‌گذاری دانش می‌باشد. توسلی و همکاران (۱۳۹۱) به تحلیل و بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در شبکه‌های مجازی با تأکید بر تئوری شبکه پرداختند. مبانی نظری این مطالعه مربوط به جامعه‌شناسان کلاسیک و بیشتر جامعه‌شناسان معاصر می‌باشد. برای بررسی این پژوهش را چارچوب مفهومی سرمایه اجتماعی شبکه ولمن استفاده نمودند. ولمن ارائه سه

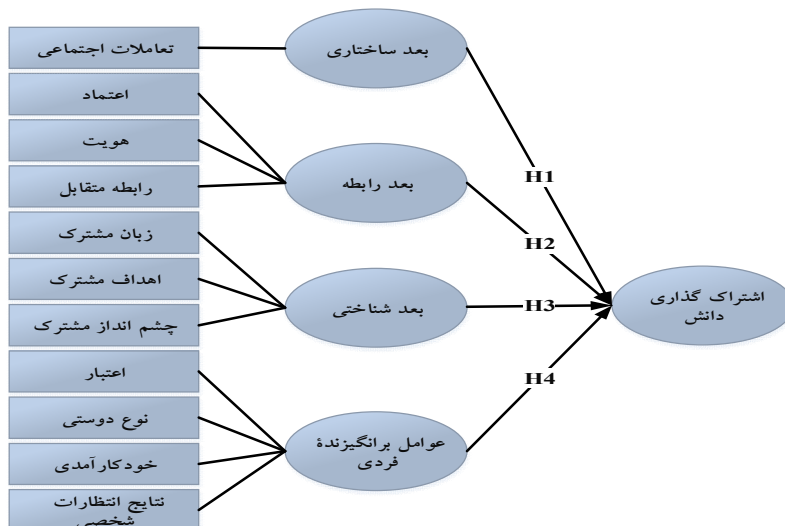
مدل که شامل اجتماع گمشده، اجتماع رها شده و اجتماع حفظ شده سرمایه اجتماعی شبکه را در سه بعد ساختاری (اندازه، ترکیب)، تعامل (فراوانی تماس، شدت رابطه و صمیمیت) و کارکردی (حمایت‌ها) مورد بررسی قرار می‌دهد. جامعه آماری این پژوهش کلیه شبکه‌های اجتماعی مجازی فارسی زبان می‌باشد که کاربران ایرانی در آنها عضو بوده و تعاملات مستمر دارند. نتایج نشان می‌دهد که از بین ویژگی‌های ساختی، اندازه بسیار با اهمیت است. تعداد افرادی که تعداد افرادی که فرد با آنها رابطه دارد، بیانگر سرمایه اجتماعی اوست. ویژگی‌های دیگر مثل ترکیب شبکه، فراوانی تماس، شیوه تماس، صمیمیت و قوت رابطه و حمایت‌هایی که اعضای شبکه با هم رد و بدل می‌کنند جنبه‌های کیفیتی سرمایه اجتماعی است که در افزایش و کاهش آن تأثیر دارند. موسوی و حدادی (۱۳۹۰) به تحلیل مقایسه‌ای سرمایه اجتماعی در دنیای واقعی و در دنیای مجازی با تأکید بر جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله مراجعه‌کننده به کافی‌نت‌های در شهر تهران پرداختند. آنان برای بررسی این پژوهش از متغیرهای همچون سرمایه اجتماعی جوانان، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، حمایت اجتماعی و حجم شبکه ارتباطی جوانان در دنیای واقعی - مجازی استفاده نمودند. نتایج نشان‌دهنده وجود رابطه در سرمایه اجتماعی جوانان، مشارکت اجتماعی، حمایت اجتماعی و حجم شبکه ارتباطی در دنیای واقعی و مجازی است؛ بنابراین می‌توان فرضیه‌های و مدل‌های مفهومی پژوهش (شکل ۱) را بدین ترتیب بیان نمود.

فرضیه ۱: بعد ساختاری بر اشتراک‌گذاری دانش تأثیری مثبت و معنادار دارند.

فرضیه ۲: بعد رابطه بر اشتراک‌گذاری دانش تأثیری مثبت و معنادار دارد.

فرضیه ۳: بعد شناختی بر اشتراک‌گذاری دانش تأثیری مثبت و معنادار دارد.

فرضیه ۴: عوامل انگیزشی فردی بر اشتراک‌گذاری دانش تأثیری مثبت و معنادار دارد.



شکل ۱ مدل پژوهش

روش شناسی پژوهش

این مطالعه از لحاظ نتیجه کاربری و از لحاظ هدف توصیفی و با روش پیمایشی و به صورت تک مقطعی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (نیمسال دوم ۹۴-۹۵) می باشد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه بسته ۳۶ سؤالی بر اساس مقیاس ترتیبی و طیف پنج درجه‌ای لیکرت استفاده شد. پرسشنامه این تحقیق، از دو قسمت تشکیل شده است. قسمت اول، شامل سؤالات جمعیت شناختی می باشد و قسمت دوم، شامل سؤالات اصلی پرسشنامه است که بر اساس فرضیات تحقیق مطرح شده‌اند. پرسشنامه که شامل ابعاد سرمایه اجتماعی برگرفته از چانگ و چیونگ (۲۰۱۱)، چاو و چان (۲۰۰۸) و چیو و هسیو وانگ (۲۰۰۶) و سؤالات عوامل فردی برانگیزنده از پرسشنامه چانگ و چیونگ (۲۰۱۱)، هسیو و همکاران (۲۰۰۷) و سؤالات اشتراک‌گذاری دانش برگرفته از هسیو و همکاران (۲۰۰۷) بودند. روایی صوری و محتوایی مقیاس‌های پرسشنامه توسط نظر خبرگان بررسی و تأیید گردید. همچنین برای اطمینان از پایایی مقیاس‌های سنجش مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شد و در جدول ۱ ارائه شده است. همان طور که در جدول ۱ قابل مشاهده است ضریب آلفای کرونباخ برای تمام مقیاس‌های تحقیق در سطح مطلوب است که نشان از اعتبار سنجه‌های پژوهش دارد. به منظور بررسی روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، از نرم-افزارهایی SPSS۲۳ و Smart pls۲.۰ استفاده شده است.

جدول ۱ نتایج پایایی پژوهش

سازه	ابعاد	آلفای کرونباخ	سازه	ابعاد	آلفای کرونباخ	
بعد ساختاری	تعاملات اجتماعی	۰/۹۷	عوامل برانگیزنده فردی	اعتبار	۰/۹۶	
	اعتماد	۰/۹۱		نوع دوستی	۰/۹۵	
	هویت	۰/۹۱		خودکارآمدی	۰/۹۵	
بعد شناختی	رابطه متقابل	۰/۹۵	اشتراک‌گذاری دانش	نتایج انتظارات شخصی	۰/۹۵	
	زبان مشترک	۰/۹۱			۰/۹۶	
	اهداف مشترک	۰/۸۵				
					چشم‌انداز مشترک	۰/۸۸

بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی و عوامل برانگیزنده فردی بر اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی □ ۸۱

تعداد افراد جامعه مورد مطالعه در زمان انجام پژوهش ۷۴۶۵ نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران (سطح اطمینان ۰/۹۵ و محاسبه واریانس (۰/۶۸) از طریق توزیع پرسشنامه بین ۳۰ نفر از افراد جامعه) ۲۵۳ نفر تعیین گردید. روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری طبقه‌ای تناسبی است.

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha/2}^2 \times \delta^2}{\varepsilon^2(N-1) + Z_{\alpha/2}^2 \times \delta^2} = \frac{7465 \times (1.96)^2 \times 0.68}{(0.1)^2 \times 7464 + (1.96)^2 \times 0.68} = 253$$

جهت بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی و تحلیل داده‌های آماری ۲۵۳ پرسشنامه در بین اعضای جامعه توزیع و جمع‌آوری گردید. بررسی آمار توصیفی نشان داد که تقریباً ۷۳ درصد از پاسخگویان زنان و ۲۷ درصد را مردان بودند. حداکثر نمونه ۴۴/۳ درصد در بازه‌ی سنی بین ۲۶-۳۰ سال قرار داشتند و ۳۰/۸ درصد پاسخگویان در بازه سنی ۲۲-۲۶ و ۸/۷ درصد افراد در بازه سنی ۱۸-۲۲ و ۸/۷ درصد پاسخگویان در بازه سنی ۳۰-۳۴ و ۷/۵ درصد افراد بالاتر از ۳۴ سن داشتند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

مدل‌یابی PLS در دو مرحله صورت می‌پذیرد. در مرحله اول، مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی) از طریق تحلیل‌های روایی و پایایی و تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار می‌گیرد و در مرحله دوم، مدل ساختاری (مدل درونی) به وسیله برآورد مسیر بین متغیرها بررسی می‌شود (هولاند، ۱۹۹۹). بارهای عاملی متغیرها در جدول ۲ قابل مشاهده است.

جدول ۲ بارعاملی متغیرهای آشکار

ابعاد	سازه	شاخص	بارعاملی	ابعاد	سازه	شاخص	بارعاملی
بعد ساختاری	تعاملات اجتماعی	Q۱	۰/۹۴۸	عوامل برانگیزنده فردی	چشم‌انداز مشترک	Q۱۹	۰/۹۴۸
		Q۲	۰/۹۴۴			Q۲۰	۰/۹۴۸
	اعتماد	Q۳	۰/۹۳۷		اعتبار	Q۲۱	۰/۹۳۹
		Q۴	۰/۹۴۲			Q۲۲	۰/۹۱۷
Q۵		۰/۹۲۰	Q۲۳			۰/۹۲۴	
بعد رابطه‌ی ای	هویت	Q۶	۰/۹۲۲		نوع دوستی	Q۲۴	۰/۹۴۳
		Q۷	۰/۹۴۱			Q۲۵	۰/۹۳۱
	رابطه متقابل	Q۸	۰/۹۴۲		خودکارآمدی	Q۲۶	۰/۹۴۵
		Q۹	۰/۹۱۵			Q۲۷	۰/۹۴۸
		Q۱۰	۰/۹۳۴		نتایج انتظارات شخصی	Q۲۸	۰/۹۳۸
		Q۱۱	۰/۹۴۹			Q۲۹	۰/۹۴۰
Q۱۲	۰/۹۲۰	Q۳۰	۰/۹۵۵				
بعد شناختی	رابطه متقابل	Q۱۳	۰/۹۴۸		Q۳۱	۰/۹۳۸	
		Q۱۴	۰/۹۳۳		Q۳۲	۰/۹۴۱	

۰/۹۲۸	Q۳۳	اشتراک‌گذاری دانش	۰/۹۰۳	Q۱۵	زبان	
۰/۹۳۲	Q۳۴		۰/۹۲۵	Q۱۶	مشترک	
۰/۹۰۷	Q۳۵		۰/۹۳۳	Q۱۷	اهداف	
۰/۸۹۳	Q۳۶		۰/۹۳۷	Q۱۸	مشترک	

بارهای عاملی برابر یا بیشتر از ۰/۴ مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است (هولاند، ۱۹۹۹). همان‌طور که اطلاعات جدول نشان می‌دهد بارعاملی کلیه متغیرها در حد قابل قبول (بالاتر از ۰/۴) می‌باشند. این بدان معناست که ضریب همبستگی متغیرهای آشکار در برآورد متغیر پنهان مربوط خود از توانایی لازم برخوردارند و در نتیجه نشان دهنده این است که روایی سازه مدل مورد قبول واقع شده است. جهت برازش مدل از سه مرحله برازش مدل بیرونی (آلفای کرونیباخ، میانگین استخراجی، پایایی ترکیبی) و ساختاری (ضریب تعیین، قدرت پیش‌بینی، تغییرپذیری) و در آخر مدل کلی (GOF) استفاده شده است. نتایج بررسی برازش مدل در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳ برازش مدل مفهومی (برازش مدل بیرونی و مدل درونی پژوهش)

برازش مدل درونی			برازش مدل بیرونی			سازه
معیار تغییر پذیری	کیفیت پیش بینی‌کنندگی (Q^2)	ضریب تعیین $2R$	میانگین واریانس استخراجی ($AVE > 0,5$)	پایایی ترکیبی ($Alpha > 0,7$)	آلفای کرونیباخ ($Alpha > 0,7$)	
-	-	-	۰/۸۸۹	۰/۹۶۹	۰/۹۵۸	بعد ساختاری
-	-	-	۰/۸۳۹	۰/۹۷۹	۰/۹۷۶	بعد رابطه
۰/۸۳۰	۰/۸۲۲	۰/۹۶۶	۱/۸۶۰	۰/۹۴۸	۰/۹۱۸	اعتماد
۰/۸۳۷	۰/۸۲۰	۰/۹۶۸	۰/۸۶۵	۰/۹۵۰	۰/۹۲۲	هویت
۰/۸۴۷	۰/۷۹۲	۰/۹۶۲	۰/۸۸۱	۰/۹۵۷	۰/۹۳۲	رابطه متقابل
-	-	-	۰/۸۰۸	۰/۹۶۷	۰/۹۶۰	بعد شناختی
۰/۸۰۳	۰/۷۹۹	۰/۹۴۸	۰/۸۴۷	۰/۹۴۳	۰/۹۰۹	زبان مشترک
۰/۷۹۰	۰/۷۸۸	۰/۹۰۶	۰/۸۷۳	۰/۹۳۲	۰/۸۵۵	اهداف مشترک
۰/۸۳۲	۰/۸۲۹	۰/۹۲۸	۰/۸۹۷	۰/۹۴۶	۰/۸۸۶	چشم انداز مشترک
-	-	-	۰/۸۲۵	۰/۹۸۲	۰/۹۸۰	عوامل انگیزشی
۰/۷۷۵	۰/۷۷۱	۰/۹۰۴	۰/۸۵۸	۰/۹۴۷	۰/۹۱۷	اعتبار
۰/۸۳۵	۰/۸۳۱	۰/۹۴۶	۰/۸۸۳	۰/۹۵۷	۰/۹۳۴	نوع دوستی

بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی و عوامل برانگیزنده فردی بر اشتراک گذاری دانش در فضای مجازی □ ۸۳

۰/۸۴۱	۰/۸۳۷	۰/۹۴۸	۰/۸۸۷	۰/۹۵۹	۰/۹۳۶	خودکارآمدی
۰/۸۴۸	۰/۸۴۳	۰/۹۵۱	۰/۸۹۲	۰/۹۶۱	۰/۹۳۹	نتایج انتظارات شخصی
۰/۷۴۶	۰/۷۴۲	۰/۸۹۲	۰/۸۳۷	۰/۹۵۳	۰/۹۳۵	اشتراک گذاری دانش

با توجه به نتایج جدول ۳ تمامی مقادیر آلفای کروناخ، ضریب پایایی ترکیبی (CR) و میانگین‌های استخراجی (AVE) از حد مطلوب به ترتیب ۰/۷، ۰/۷ و ۰/۵ بیشتر می‌باشند، نتایج پژوهش نشان دهنده مناسب بودن برازش مدل بیرونی می‌باشد. معیار ضریب تعیین (R^2)، سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی و معیار نشان دهنده قدرت پیش‌بینی (Q^2) و معیار تغییر پذیری (Red) سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵، ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از ضعیف، متوسط و قوی سازه می‌باشد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳). نتایج مقادیر $2R$ ، Q^2 و Red نشان از برازش قابل قبول مدل ساختاری (مدل درونی) دارد. برای برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند، معیار به طریق زیر محاسبه می‌گردد:

$$0.9 = \sqrt{0.867 * 0.938} = 0.813 = GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R^2}$$

سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای برازش مدل کلی معرفی شده است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳). با توجه به مقدار GOF (۰/۹) می‌توان بیان نمود برازش مدل کلی پژوهش قوی می‌باشد.

بررسی فرضیات تحقیق

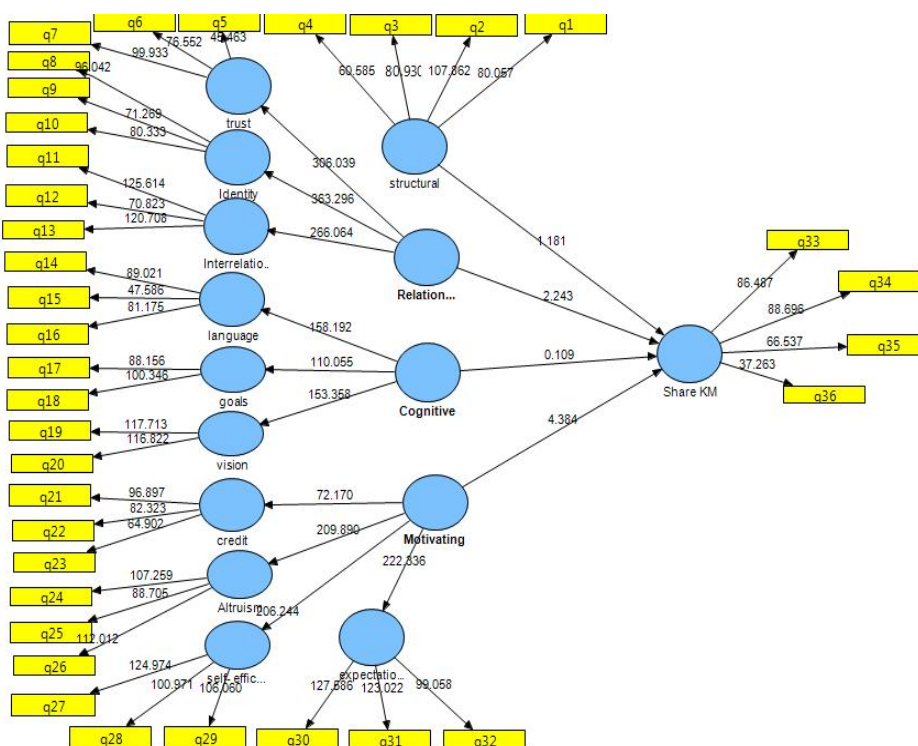
جهت بررسی نمودن آزمون فرضیات از نرم‌افزار ۲/۰ Smart PLS استفاده شد. نتایج ملاک بررسی فرضیه‌ها (ضریب مسیر و آماره t در سطح معناداری ۰/۰۵) در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴ نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها به روش حداقل مربعات جزئی

نتیجه	مقدار آماره t-value	ضریب مسیر	فرضیه‌های پژوهش
عدم‌پذیرش فرضیه اول	۱/۲۵۳	۰/۱۴۱	بعد ساختاری ← اشتراک گذاری دانش
پذیرش فرضیه دوم	۲/۲۴۳	۰/۳۸۸	بعد رابطه‌ای ← اشتراک گذاری دانش
عدم‌پذیرش فرضیه سوم	۰/۱۰۹	۰/۰۱۴	بعد شناختی ← اشتراک گذاری دانش
پذیرش فرضیه چهارم	۴/۳۸۴	۰/۴۱۱	عوامل فردی برانگیزنده ← اشتراک گذاری دانش

نتایج حاصل از آزمون فرضیه در جدول ۴۲ نشان می‌دهد که بعد رابطه و عوامل فردی برانگیزنده با ضریب مسیرهای ۰/۳۸۸ و ۰/۴۱۱ و بیشتر بودن آماره t آنها (به ترتیب ۲/۲۴۳، ۴/۳۸۴) از ۱/۹۶ بیانگر این است که بعد رابطه‌ای و عوامل فردی برانگیزنده تأثیر مثبت و (معنادار) بر اشتراک‌گذاری دانش دارند. ولی با توجه به اینکه مقدار آماره t بعد ساختاری و بعد شناختی به ترتیب ۱/۲۵۳ و ۰/۱۰۹ کمتر از ۱/۹۶ هستند پس بر اشتراک‌گذاری دانش تأثیری (معنادار) ندارند، بنابراین فرضیات دوم و چهارم پذیرفته شد و فرضیه اول و سوم رد شدند.

مدل مفهومی آزمون شده در شکل ۲ ارائه شدند. اعداد نوشته شده روی خطوط در واقع ضرایب بتا حاصل از معادله رگرسیونی میان متغیرهاست که همان ضریب مسیر است. برای معنادار بودن ضریب مسیر لازم است مقدار t هر مسیر از عدد ۱/۹۶ بیشتر باشد (داوری و رضاداد، ۱۳۹۳).



شکل ۲ مقادیر T-value مدل تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش ارائه مدلی از عوامل تعیین‌کننده اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی با توجه به سرمایه اجتماعی و عوامل برانگیزنده فردی بود. به این منظور، مبتنی بر نظریه سرمایه اجتماعی سه بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی جهت سنجش سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شد. در این مطالعه جهت سنجش بعد ساختاری از تعاملات اجتماعی و جهت سنجیدن بعد رابطه از اعتماد، هویت و رابطه متقابل و برای سنجش بعد شناختی از زبان مشترک، اهداف مشترک و چشم‌انداز مشترک استفاده شد. جهت سنجش عوامل برانگیزنده فردی اعتبار و نوع دوستی و خودکارآمدی و نتایج انتظارات شخصی استفاده شد. سپس براساس آزمون فرضیه صورت پذیرفته توسط روش حداقل مربعات جزئی-مدلسازی معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار Smart Pls ۲/۰ نشان می‌دهد بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی و عوامل برانگیزنده فردی بر اشتراک‌گذاری دانش تأثیری مثبت (معنادار) دارند بنابراین فرضیه دوم و چهارم تأیید شدند. در حالی که بعد ساختاری و شناختی بر اشتراک‌گذاری دانش تأثیری معنادار نداشتند بنابراین فرضیه اول و سوم رد شدند. نتایج بررسی فرضیه دوم با مطالعه چانگ و چیونگ (۲۰۱۱) همخوانی دارد و نتایج بررسی فرضیه چهارم با نتایج کانکانهالی و همکاران (۲۰۰۵) همراستایی دارد. براساس مطالعه چانگ و چیونگ (۲۰۱۱) بعد ساختاری بر رفتار اشتراک‌گذاری دانش بررسی نموده و بدین نتیجه رسیدند که تعاملات اجتماعی می‌تواند بر کیفیت اشتراک‌گذاری دانش مؤثر باشد ولی بر کمیت اشتراک‌گذاری دانش تأثیرگذار نیست. در مطالعه چانگ و چیونگ (۲۰۱۱) بیان نموده که هویت و رابطه متقابل بر اشتراک‌گذاری دانش مؤثر می‌باشد، اعتماد، هویت و رابطه متقابل باعث ایجاد اتصالات عاطفی بین افراد می‌شود و در نتیجه فرایند اشتراک‌گذاری دانش را تسهیل می‌نماید. همچنین چانگ و چیونگ (۲۰۱۱) بیان نمودند که نوع دوستی به عنوان یک عامل مؤثر بر اشتراک‌گذاری دانش محسوب می‌شود. سرمایه اجتماعی و عوامل برانگیزنده فردی در توسعه اشتراک‌گذاری دانش در جوامع مجازی نقش مهمی را ایفا می‌نمایند. کانکانهالی و همکاران (۲۰۰۵) بیان نمودند که عوامل برانگیزنده فردی بر اشتراک‌گذاری دانش مؤثر است. آنان بیان نمودند که اعتبار به عنوان یک عامل انگیزشی برای اشتراک‌گذاری دانش به حساب می‌آید. براساس نتایج ضرایب مسیر نشان می‌دهد که عوامل برانگیزنده فردی بیشترین تأثیر را بر اشتراک‌گذاری دانش می‌گذارد؛ زیرا می‌توان بیان نمود اشتراک‌گذاری دانش احتمالاً

زمانی رخ می‌دهد که فرد برانگیخته شود. اعتبار و نوع دوستی به عنوان مزایای درک شده اصلی باشند که منجر به افزایش رفتار اشتراک‌گذاری دانش در جوامع مجازی شوند.

منابع

- توسلی، دکتر غلامعباس؛ امانی کلاریجانی، امراالله. (۱۳۹۱). تحلیل و بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (با تأکید بر تئوری شبکه)، مطالعات رسانه‌ای، دوره ۷، شماره ۱۸، ۸۹-۹۹.
- توسلی، غلامعباس؛ امانی کلاریجانی، امراالله. (۱۳۹۱). سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (سرمایه اجتماعی شبکه)، مجله مدیریت فرهنگی، سال ۶ شماره ۱۷، ۵۵-۷۰.
- توکلی، عبدالله؛ عزیزپور لیندی، عبدالصمد؛ رضایی، الهام؛ میرزایی، اشراف. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم)، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۱، ۲۶۵-۲۸۷.
- داوری، علی؛ رضازاده، آرش. (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- رفوآ، شبنم؛ عباسی سورکی، فاطمه. (۱۳۹۴). تأثیر عوامل سازمانی و تکنولوژیکی بر تسهیم دانش در کتابخانه‌ی ملی جمهوری اسلامی ایران، پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، دوره ۳۱، شماره ۱، ۲۱۷-۲۳۹.
- شمسی، زهرا؛ محبعلی‌پور، منیره؛ الوداری، حسن. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی، مجله مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۱۱۷-۱۳۶.
- کاظمی، دکتر مهدی؛ وحیدی مطلق، طیبه؛ وحیدی مطلق، سمانه. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر عوامل اثرگذار بر اشتراک دانش در جوامع مجازی ایرانی، پژوهش‌های مدیریت عمومی، سال هفتم، شماره ۲۳، ۱۰۷-۱۲۸.
- موسوی، سید کمال الدین؛ حدادی، فریده. (۱۳۹۰). تحلیل مقایسه‌ای سرمایه اجتماعی در جهان واقعی و در جهان مجازی: تأکید بر جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله مراجعه‌کننده به کافی‌نت‌های در شهر تهران (سال ۱۳۹۰)، مجله رسانه - نسخه فارسی، دوره ۶ شماره ۲، شماره پیاپی ۱۲، ۱۱۰-۱۲۹.
- مهدیان راد، امیر احمد؛ فضل‌ی، صفر. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر مدیریت سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش (مطالعه موردی: سازمان امور مالیاتی کشور)، پژوهشنامه مالیات، شماره ۱۲ (مسلسل ۶۰)، ۲۹۱-۳۲۱.
- مهربان‌فر، احسان؛ میقانی‌نژاد، علیرضا. (۱۳۹۳). نقش سرمایه اجتماعی در مدیریت دانش: با نگاهی به صنعت نفت ایران و جهان، ماهنامه علمی - ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز، شماره ۱۱۷، ۴-۱۳.
- هرندی، عطاءاله. (۱۳۹۳). تبیین نقش سرمایه اجتماعی و انتقال دانش در یادگیری سازمانی شرکت‌های دانش بنیان، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، سال اول، شماره ۴، ۱۶۱-۱۸۲.

بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی و عوامل برانگیزنده فردی بر اشتراک‌گذاری دانش در فضای مجازی □ ۸۷

- گل محمدی نژاد بهرامی، دکتر غلامرضا؛ مهدوی، مولود. (۱۳۹۰)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در دبیرستان های دخترانه تبریز، فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، سال دوم، شماره چهارم، ۷۱-۹۰.
- طباطبایی نسب، سید محمد؛ باقری قره بلاغ، هوشمند. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر هوش تجاری بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: اداره کل آموزش و پرورش ارومیه)، فصلنامه علمی و پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، سال هفتم، شماره چهارم، پیاپی ۲۸، ۹۵-۱۱۴.
- Camps, S., & Marques, P. (۲۰۱۴). Exploring how social capital facilitates innovation: The role of innovation enablers. *Technological Forecasting and Social Change*, ۸۸, ۳۲۵-۳۴۸.
- Carmona-Lavado, Antonio and Cuevas-Rodriguez, Gloria and Cabello-Medina, Carmen, (۲۰۱۰), Social and organizational capital: Building the context for innovation, *Industrial Marketing Management*, vol ۳۹, PP ۶۸۱-۶۹۰.
- Chang, H. H., & Chuang, S. S. (۲۰۱۱). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information & management*, ۴۸(۱), ۹-۱۸.
- Chen, C. J., & Hung, S. W. (۲۰۱۰). To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities. *Information & Management*, ۴۷(۴), ۲۲۶-۲۳۶.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., & Wang, E. T. (۲۰۰۶). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision support systems*, ۴۲(۳), ۱۸۷۳-۱۸۸۸.
- Chow, W. S., & Chan, L. S. (۲۰۰۸). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. *Information & Management*, ۴۵(۷), ۴۵۸-۴۶۵.
- Chung, H. F., Cooke, L., Fry, J., & Hung, I. H. (۲۰۱۵). Factors affecting knowledge sharing in the virtual organisation: Employees' sense of well-being as a mediating effect. *Computers in Human Behavior*, ۴۴, ۷۰-۸۰.
- Gagné, M. (۲۰۰۹). A model of knowledge-sharing motivation. *Human Resource Management*, ۴۸(۴), ۵۷۱-۵۸۹.
- Hormiga, E., Batista-Canino, R.M. and Sanchez-Medina, A. (۲۰۱۱), "The role of intellectual capital in the success of new ventures", *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. ۷ No. ۱, pp. ۷۱-۹۲

- Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., & Chang, C. M. (۲۰۰۷). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International journal of human-computer studies*, ۶۵(۲), ۱۵۳-۱۶۹.
- Huvila, I., Holmberg, K., Ek, S., & Widén-Wulff, G. (۲۰۱۰). Social capital in second life. *Online Information Review*, ۳۴(۲), ۲۹۵-۳۱۶.
- Javakhadze, D., Ferris, S. P., & French, D. W. (۲۰۱۵). Social Capital, Investments, and External Financing. *Journal of Corporate Finance*.
- Kankanhalli, A., Tan, B. C., & Wei, K. K. (۲۰۰۵). Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: an empirical investigation. *MIS quarterly*, ۱۱۳-۱۴۳.
- Lesser, E. L., & Storck, J. (۲۰۰۱). Communities of practice and organizational performance. *IBM systems journal*, ۴۰(۴), ۸۳۱-۸۴۱.
- Lin, M. J. J., Hung, S. W., & Chen, C. J. (۲۰۰۹). Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities. *Computers in Human Behavior*, ۲۵(۴), ۹۲۹-۹۳۹.
- Tsai, W., & Ghoshal, S. (۱۹۹۸). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of management Journal*, ۴۱(۴), ۴۶۴-۴۷۶.
- Van Acker, F., Vermeulen, M., Kreijns, K., Lutgerink, J., & van Buuren, H. (۲۰۱۴). The role of knowledge sharing self-efficacy in sharing Open Educational Resources. *Computers in Human Behavior*, ۳۹, ۱۳۶-۱۴۴.