تعامل انسان و اطلاعات، جلد۳ شماره۳
http://hii.khu.ac.ir
مقاله اصیل پژوهشی

الگوی رفتار اشتراک دانش متخصصین ایرانی در شبکه های اجتماعی تخصصی: شناسایی شاخص ها

مقصود امیری: استاد دانشگاه علامه طباطبائی
علی انتظاری: دانشگاه علامه طباطبائی
نجمه سادات مرتجی: دانشگاه علامه طباطبائی؛ (نویسنده مسئول) n_mortaji@yahoo.com

چکیده

دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۰۷
ویرایش: ۱۳۹۵/۱۱/۱۱
پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲۰

زمینه و هدف: آینده کشورها به واسطه نقش دانش در گرو بکارگیری هوشمندانه شبکه های اجتماعی تخصصی دانش محور است که توجه به سهم برتر متخصصین از عوامل محوری آن است. این مقاله شاخص های الگوی رفتار اشتراک دانش متخصصین ایرانی را در شبکه های اجتماعی تخصصی شناسایی کرده است.

روش پژوهش: بدین منظور از مصاحبه عمیق نیمه ساختارمند با خبرگان حوزه پژوهش (۱۵ نفر) و همچنین روش دلفی (۹ نفر) به عنوان ابزار گردآوری داده ها در پژوهش استفاده شده است.

یافته‌ها: نشان می دهد که در الگوی رفتار اشتراک دانش متخصصین در فضای مجازی شاخص های بعد فردی شامل انگیزش، اخلاقیات، شخصیت (شامل برونگرا، ساز شکار و خودگ شوده)، توانایی، نگرش به منظور اشتراک دانش و امنیت روانی می باشد. بعد گروهی دارای ۳ شاخص منافع مشترک، ساختار گروه و سرمایه اجتماعی است. بعد محیطی دارای ۴ مولفه به ترتیب زیر است: مولفه تکنولوژیکی با شاخص های: زیبایی گرافیکی، کاربرپسند بودن شبکه، امنیت سرور، نوع زیرساخت ارتباطی؛ مولفه سیاسی- حقوقی با شاخص های: بودجه برای R&Dفضای مجازی، تخصیص منابع مالی به توسعه زیرساخت، فیلترینگ، قوانین مربوط به مالکیت فکری و معنوی، پهنای باند، تنظیم مقررات و قوانین فضای مجازی؛ مولفه اقتصادی با شاخص های: هزینه اینترنت و تنوع بسته های اینترنتی؛ و مولفه اجتماعی- فرهنگی با شاخص های: سبک زندگی متخصصین و شخصیت ملی شناسایی شدند.

نتیجه‌گیری: تنها زمانی می توانیم به الگویی جامع از حیث نظری و کاربردی در حوزه رفتار اشتراک دانش دست پیدا کنیم که به شناسایی تعاریف، مفاهیم، ابعاد و مولفه های آن مبتنی بر شرایط حاکم بر فضای مجازی کشور اهتمام ورزیم زیرا موضوع رفتار کاربر ایرانی به خاطر تعامل با موضوعات تاریخی، سیاسی، فرهنگی اجتماعی چند وجهی و پیچیده است.

کلیدواژه‌ها: الگوی رفتار اشتراک دانش، متخصصان ایرانی، شاخص های رفتار، شبکه اجتماعی تخصصی، روش کیفی اکتشافی

مقدمه

در سال‌های اخیر توانایی سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، به مثابه کانالی برای ارتباطات و رسانه‌ای برای افرادی از همه نقاط جهان برای گردهم آمدن در یک قلمرو مجازی و به اشتراک گذاشتن ایده‌های جدید، تغییرات بنیادینی را در حوزه اشتراک دانش به وجود آورده است. شبکه های تخصصی دانش محور که با رویکرد تبادل دانش و اطلاعات در فضای مجازی رشد و توسعه پیدا کرده اند، محدودیت‌ها و مرزهای جغرافیایی را کنارگذارده و از این‌رو تأثیرات محتمل متقابل در حوزه اشتراک دانش را به شکل قابل توجهی گسترش می‌دهند که نحوه رفتار انسان را نیز متاثر از خود کرده است. در حال حاضر، رسالت شبکه های اجتماعی تولید محتوای مشارکتی است. در دسترس بودن همیشگی اطلاعات و کارگزاران دانش، فعالیت های مربوط به جمع آوری و استفاده موثر از دانش را برای متخصصین تقویت می کند و موفقیت شبکه های اجتماعی تخصصی به میزان توجه، تأکید و استفاده از آن دانش به بهترین شکل ممکن می‌باشد. در ایران از یکسو استقبال از شبکه جهانی و از سوی دیگر گرایش متخصصین برای حضور در شبکه های تخصصی نشانه ای از تحول بنیادین در استفاده از ظرفیت فضای مجازی در این زیست بوم است. در چنین شرایطی تامل و مطالعه درباره رفتار کاربر متخصص ایرانی از اهمیت دو چندانی برخوردار است و قلمروهای جدیدی از پژوهش را پیش پای محققان بین رشته ای می گشاید. نحوه حضور و فعالیت متخصصین در شبکه های اجتماعی دانش محور با فعالیت افراد در بستر عام شبکه متفاوت است. در حال حاضر

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

هر چند متخصصین در این شبکه ها عضویت دارند اما اشتراک دانش میان انان، چالش بزرگی برای فضای مجازی ایران است زیرا افراد در هنگام ورود به شبکه های اجتماعی تخصصی، دانش و تجربیات خود را به همراه می اورند اما اشتراک دانش با دیگر متخصصین و به تبع آن تولید محتوا، طرح ایده ها، حل مساله و تصمیم گیری و ... نسبت به آنچه در دنیا در حال رویدادن است، در حد ضعیف صورت می گیرد. چرا اینگونه است؟! متخصصین ایرانی عضو شبکه های تخصصی عموماً با دیگر همتایان بین المللی شان در حال تبادل دانش هستند ولی با همتای ایرانی خود در اشتراک دانش احتیاط می کنند! بنابراین تلاش این مقاله در شرایط فعلی ایران که استفاده از ظرفیت فضای مجازی از اولویت های کلان ملی و مطابق با سند چشم انداز و نقشه جامع علمی کشور است، سرآغازی برای بحث پیرامون شاخص های رفتار متخصصین ایرانی در این فضا به حساب می آید و پرده از ویژگی های جامعه علمی ایرانی در فضای مجازی بر می دارد. امروزه جهت گیری های میان رشته‌ای همچون مطالعه حاضر، نه یک انتخاب بلکه یک الزام و اجبار عصر حاضر علی الخصوص در حوزه فضای مجازی است. بنابراین، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به ۱ سوال اصلی و به تبع آن ۳ سوال فرعی به ترتیب زیر است:

- شاخص های الگوی رفتار اشتراک دانش متخصصین ایرانی در شبکه های اجتماعی تخصصی کدام است؟

الف. شاخص های بعد فردی رفتار اشتراک دانش متخصصین ایرانی در شبکه های اجتماعی تخصصی کدامند؟

ب. شاخص های بعد گروهی رفتار اشتراک دانش متخصصین ایرانی در شبکه های اجتماعی تخصصی کدامند؟

ج. شاخص های بعد محیطی رفتار اشتراک دانش متخصصین ایرانی در شبکه های اجتماعی تخصصی کدامند؟

پیشینه پژوهش

امروزه ابزارهای وب 2 موجب تغییراتی در شیوه های تسهیم دانش شده است. این تغییرات، تغییر در دامنهٔ تسهیم دانش، تحول در نقش مدیریت دانش، اصلاح در ساختار دانش، اصلاح در اعتبار و صحت دانش، تحول در ماهیت تسهیم دانش، تغییر در نقش و درک ابزارهای تسهیم دانش، و اصلاح در ناپایداری پروژه های دانشی می باشد (حسن زاده و عبداللهی، ۱۳۹۴: ۹۷-۸۰) و بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی تخصصی فارسی و اشتراک دانش، رابطهٔ معنادار مثبتی وجود دارد (عنبری و حریری، ۱۳۹۴:۱۳۲-۱۱۵). برای نمونه در شبکه اجتماعی دانشگاه تهران به ترتیب اهمیت، عوامل گروهی، فردی و محیطی بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان اثرگذار است. بدین ترتیب که از عوامل گروهی، ارتباطات؛ از عوامل فردی، نگرش به منظور اشتراک دانش و از عوامل محیطی، محیط فرهنگی (آموزشی) بیشترین تاثیر را بر رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه اجتماعی داشته است (افجه، انتظاری و مرتجی، ۱۳۹۴: ۱۲۵-۹۰). اگرچه فرهنگ سازمانی با اشتراک دانش درون و برون سازمانی در میان اعضای هیات علمی رشته پزشکی رابطه معنادار قطعی نشان می دهد (نعمتی انارکی و نوشین فرد، ۳۹۳: ۱۴۳-۱۲۹). ولی فراهم آوری بسترهای اشتراک دانش توسط دانشگاه های محل خدمت اعضای هیئت علمی در ایران، زیر سطح متوسط بوده است. متداول ترین شیوه های اشتراک دانش مورد استفاده اعضای هیئت علمی شامل: اشتراک دانش از طریق جلسات و نشستهای رسمی، شرکت در سمینارها، استفاده از پست الکترونیک و گروه های بحث و انتشار مقاله در نشریه ها شناسایی شده است (جعفرزاده کرمانی، ۱۳۹۱:۲۲۴-۲۰۳). در موضوع اشتراک دانش عوامل انگیزشی درونی(ارتباط دوستانه و صمیمی) نسبت به عوامل انگیزشی بیرونی(ترفیع شغلی) از اولویت بالاتری در رفتار افراد برخوردار است (اخوان و رحیمی، ۱۳۹۱: ۱۳۳-۱۰۷). بعلاوه، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، زیر ساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، اعتماد اجتماعی، سرمایه اجتماعی، نگرش فرد نسبت به اشتراک دانش در رفتار فرد موثر است (Rad et al, 2011: 491-501) بازاریابی داخلی، فرهنگ سازمانی، نگرش افراد برای به اشتراک گذاشتن دانش، ارتباطات داخلی، رهبری، حمایت مدیریت، تعامل بین دپارتمان‌های سازمان، آموزش و صداقت، نوآوری، همکاری و اعتماد، شبکه اجتماعی، خودکار آمدی، محیط تسهیل کننده در اشتراک دانش افراد نقش تعیین کننده دارد Chen and (Cheng, 2012) همچنین نحوه استفاده از فناوری های مبتنی بر وب و فناوری های کاربر محور، زیرساخت های فناوری اطلاعات، رهبری، فرهنگ، ساختار، نقش ها و مسئولیت‌ها بررسی شده است (Agarwal et al, 2012). از عوامل گروهی می توان به مکانیسم پاداش گروهی، پاداش، اعتماد میان فردی، سرمایه‌گذاری برای آموزش (فرستنده دانش و دریافت‌کننده)، ساختن سرنام (کلمات اختصاری مشترک)، وقت کافی، نزدیکی کارکنان در شبکه مجازی و شبکه های واقعی اشاره کرد (Chen et al, 2012: 5533-5542) سه شکل متفاوت ولی وابسته به هم از خلق و اشتراک دانش در شبکه‌ها: شبکه‌های عملیاتی، شبکه‌های

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

استراتژیک و شبکه های مشوق شناسایی شده است (Lahtinen, 2013: 661–675) که در این شبکه ها رقابت درون تیمی افراد و شدت رقابت آنها با ا شتراک دانش رابطه غیر مستقیم دارد (He et, al., 2014). پیشینه مطالعاتی این حوزه نشان می دهد که پژوهشی که بر "شنا سایی شاخص های رفتار اشتراک دانش متخصصین در فضای مجازی" تمرکز کرده باشد دیده نمی شود اگر چه در نشریات حوزه علم اطلاعات و دانش شناسی مطالعاتی انجام شده که عمدتاً در خصوص عوامل موثر بر رفتار اشتراک دانش می باشد. بنابراین هدف از این مطالعه شناسایی شاخص های رفتار اشتراک دانش با در نظر داشتن ویژگی های شرایط فعلی ایران است. زیرا ما نمی توانیم با نگاهی که در مطالعات غربی است، موضوع رفتار کاربر ایرانی را بررسی کنیم چراکه منطق اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و علی الخصوص مباحث فناورانه ما با آنچه در دنیا در حال روی دادن است، متفاوت است. پژوهش های انجام گرفته مرتبط با این حوزه در ایران، به نتایج مستخرج از تحقیقات غربی که در بستر دیگری رفتار کاربر را مطالعه کرده ا ست ب سنده و تکیه کرده است. این نگاه، به معنی ناچیز پنداشتن نظریات متعارف و روش های به کار گرفته شده در مطالعات موجود در این حوزه نیست بلکه به مثابه تاکیدی بر ضرورت تعمیق پژوهش ها و بومی سازی نظریات متنا سب با شرایط حساس ایران ا ست که بتواند سطوح مختلف تحلیل رفتار کاربر ایرانی را مدنظر قرار دهد. ما نیازمند "پژوهش" هایی متناسب با شرایط زیست بوم ایرانی هستیم. بنابراین نتایج این مطالعه مبنای مطالعات آتی در حوزه فضای مجازی کشور خواهد بود.

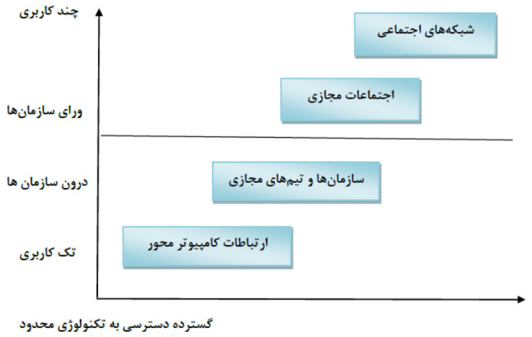
چارچوب مفهومی تحقیق

گیدنز جهانی شدن را تقاطع و ارتباط «حا ضر» و «غایب» و یا فعالیت از راه دور می‌داند. از نظر گیدنز مهم‌ترین ساحت جهانی شدن، جهانی شدن ارتباطات ا ست (به نقل از عاملی ۱۹ : ۱۳۸۳). به زعم وی ارتباطات جهانی با فشرده کردن روابط اجتماعی در سطح جهانی مکان های دور افتاده را به‌یکدیگر و صل کرده و فا صله زمانی را در روابط اجتماعی از بین می‌برد. مانوئل کاستلز هم معتقد است که اطلاعاتِ تکنولوژی‌های الکترونیک منشأ اصلی تحول بوده‌اند. او مراحل نوآوری تکنولوژیک را مبتنی بر سه مرحله میکروالکترونیک، کامپیوتر و مخابرات می‌دا ند. بنابراین «شبکه اینترنت ستون فقرات کامپیوتر جهانی است» (کاستلز، ۱۳۸۵: ۴۰۱). این شبکه اینترنتی توانسته است فضایی از جریان‌ها را به‌صورت موازی و هم‌زمان درآورد و فضایی از بی زمانی[1] را خلق کند که همه چیز را به صورت بدون زمان ارائه می‌دهد که همان مفهوم فضای مجازی است.

شبکه های اجتماعی مجازی

فضای مجازی تبدیل به منزلگاه هزاران گروه از مردمی شده است که همدیگر را برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات ملاقات می‌کنند، دربارهٔ علایق دوجانبه بحث می‌کنند، گیم بازی می‌کنند و به تجارت می‌پردازند. ما در این فضا ممکن است دچار آشفتگی فکری شویم، حمایت عاطفی کنیم، دشمنی کنیم، عشق بورزیم و کارهای دیگری که هویت ما را دستخوش تغییر و تحول می‌کند. از سوی دیگر، مباحث فراوانی درباره اعتبار تعاملات آنلاین به عنوان شاخصی برای فعالیت اجتماعی واقعی وجود دارد (پرزمیسلاو و همکاران[2]، ۲۰۱۲). اغلب شبکه‌های اجتماعی آنلاین چندین شکل از تعاملات کاربر- کاربر را فراهم می‌سازند که نیازهای مربوط به سطوح مختلف از روابط بین کاربران را فراهم می‌آورند. به هر حال رفتار های کاربران در میان گروه های مختلفی از شبکه‌های اجتماعی متفاوت ا ست. برای مثال برخی کاربران ممکن است به دلالان اطلا عاتی بین گروه های مختلف تبدیل شوند.

پانتیل (۲۰۰۹) در زمینه شبکه‌های مجازی اجتماعی، چهار سطح از مجاز در دنیای دیجیتال را مورد برر سی قرار می‌دهد و معتقد است که شبکه‌های اجتماعی مجازی در بالاترین سطح از مجاز قرار دارند. (شکل۱)



شکل ۱. سطوح مجاز در فضای مجازی (پانتیل[1] ۲۰۰۹)

ابعاد شبکه های اجتماعی مجازی

وانگ و همکاران[3](۲۰۰۲) سه بعد اصلی شبکه‌های اجتماعی مجازی را نام می‌برند که به صورت زیر است:

1. Timeless
2. Przemyslaw A. Grabowicz, Jose J. Ramasco, Esteban Moro, Josep M. Pujol, Victor M. Eguiluz
3. Wang, Youcheng, Yu, Quaehee & R. Fesenmaier, Daniel

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

جامعه مجازی به مثابه مکان: بندیکت[4](۱۹۹۱) بحث می‌کند که فضایی مجازی موازی با فضای فیزیکی قرار دارد. فضـــای مجازی دارای جغرافیا، طبیعت و حاکمیتی از قوانین بشری است. در فضای مجازی افراد می توانند به جستجوی اطلاعات بپردازند، آن را خلق و یا کنترل کنند. می توانند آموزش ببینند و یا آموزش دهند، قدرت برد و باخت داشـــته باشـــند و به عبارتی می توانند زندگی کنند همانگونه که در فضای واقعی زندگی می کنند (ص ۱۲۳).

هیلز[5](۱۹۹۷) نشـــان می‌دهد که جهان‌های مجازی، به مثابه حوزه عمومی ایده‌آلی برای عینیت‌های قابل‌تصور است که به شـکل مجازی رها از ظرف‌های جسـمانی، متصـور می‌شـود. جامعه مجازی ممکن اسـت به عنوان عاملی تسـهیل کننده برای کسانی که خارج از آن قرار دارند به نظر برسد، اما برای کاربران آن، فضـــای مجازی مکانی اســـت که در قلب ها و اذهان آنان جا دارد!

جامعه مجازی به مثابه نماد: جامعه، همچون دیگر ســـاخت های اجتماعی، متضـــمن بعدی نمادین اســـت (کوهن،[6]۱۹۸۵). یکی از معیارهای ســـنجش جامعه مجازی این است که ببینیم آیا جامعه ساخت یافته، می‌تواند معانی و هویت را برای اعضای جامعه‌اش فراهم-آورد.؟ در این مفهوم، جامعه مجازی فضایی بسیار شخصی است و متکی بر این احساس فرد است که آیا خود را جزئی از این جامعه می داند یا خیر. اگر چه این احساس به تنهایی کافی نیست اما جامعه در صـورتی شـکل خواهد گرفت که این احسـاس به وسـیله افراد درک شـــود. بنابراین کالهون[7](۱۹۸۰) جامعه مجازی را به عنوان جامعه ای از احساسات و تصورات پیچیده افراد می داند که در اذهان مشارکت کنندگان وجود دارد. زیرا مشارکت کنندگان آن را تعریف می کنند و به آن معنا می بخشند.

جامعه مجازی به مثابه مجاز: مجازی بودن، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های تعریف شده است که جوامع مجازی را از نوع فیزیکی آن متمایز می‌کند. جوامع مجازی به‌وســـیله نظامی از ارزش های عمومی، هنجار ها، نقش ها و مفهوم هویت، تعهد و رابطه مشـخص می‌شـود و تنوع پیدا می کند. جامعه مجازی در ذهن مشـــارکت کنندگان اعضـــا آن وجود دارد، از طرفی فرن بک معتقد اســـت که بین ســـاخته‌های اجتماعی تصـــورات کاربر و بازنمایی‌های تولید شـــده از این ســـاخت‌ها رابطه وجود دارد (فرن بک،[8] ۱۹۹۹). بنابراین اگر افراد وارد این فضا شوند، روابطی را شکل دهند و احساس کنند که جزئی از یک جامعه شـــده اند، این جامعه برای آنها واقعی تلقی می شـــود. واتســـن[9](۱۹۹۷) تمایزی بین جامعه مجازی و جامعه واقعی وجود ندارد.

اشتراک دانش

برخی اشـــتراک دانش را فرایندی می دانند که هم شـــامل آوردن و هم شـــامل گرفتن دانش می شـــود (ون دن هوف و ون ونن، ۲۰۰۴). بنابراین مفاهیم بخشیدن و وصول کردن در ارتباطات دانشی مطرح می‌شود. موضوع مهم این است که در هر دو بخشش و وصول دانش، فرایند هایی هستند که در آن فرد فعال اســـت. در پژوهش بهلول (۱۳۹۲)، مولفه های اشتراک دانش به شرح زیر است:

الف. نگرش به اشـــتراک دانش: مجموعه ای از عقاید و یا رفتارهایی اســـت که به گســـترش یادگیری در میان افراد مختلف یا در یک ســـازمان واحد منجر می شـــود (کیم و جو ۲۰۰۸). داشتن نگرش مثبت نسبت به تسهیم دانش از جانب افراد موجب ایجاد فرصـــت های یادگیری بهتر در فضـــای سازمان می شود و موفقیت بیشتری را برای سازمان رقم می زند.

ب. باورهای هنجاری به اشتراک دانش: مجموعه ای از عقاید و باورها در قالب هنجارها هســـتند به گســـترش یادگیری در میان افراد مختلف یا در یک ســـازمان واحد منجر می شـــود یعنی آنچه قبلاً در ذهن و نگرش افراد بوده، اکنون به باور تبدیل شده است (سو، ین و چانگ ۲۰۰۷).

ج. باورهای کنترلی: مجموعه باورهای کنترلی در سازمان که حتی با عدم وجود فشار بالاد ستی حاضر است در اشتراک دانش ســـهیم گردد علاوه بر آن دیگران را نیز به آن باور کنترلی دعوت کند. به این باور رسیدن بالاتر از باور هنجاری اســـت که می تواند در زمان رویه های موجود صـــرفه جویی نمود (بهلول، ۱۳۹۲).

د. تمایل به اشـــتراک دانش: بزرگترین چالش در به اشـــتراک گذاری دانش، تمایل فرد اســـت یعنی با توجه به نگرش به وجود آمده و باورهای شـــکل گرفته اکنون تمایل دارد به اشـــتراک دانش در بین همقطاران بپردازد (ســـو، ین و چانگ ۲۰۰۷).

4. Benedikt, M.
5. Hillis, K.
6. Cohen, A. P.
7. Calhoun, C. J.
8. Fernback, J.
9. Watson, N.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

رفتار اشتراک دانش

فرایندی است که طی آن، افراد، دانش و اطلاعات خود را منتشر می سازند به نحوی که از طریق آن افراد به صورت متقابل دانش (آشکار و ضمنی) خود را مبادله و به طور مشترک دانش جدید را خلق می کنند (Bartol & Sriwastava, 2002 به نقل از حسین قلی زاده و میرکمالی ۱۳۸۹: ۶۴).

روش

با توجه به هدف غایی پژوهش حاضر که شناسایی ابعاد و شاخص های رفتار اشتراک دانش متخصصین ایرانی در شبکه های اجتماعی تخصصی دانش محور است، استفاده از طرح اکتشافی مناسب می‌باشد. این تحقیق شامل دو بخش کیفی الف. مصاحبه نیمه ساختارمند و ب. روش دلفی است. جامعه آماری تحقیق کلیه اساتید، مدیران ارشد و خبرگان حوزه دانش مدیریت رفتار و فضای مجازی ایران بودند و از روش نمونه‌گیری نظری که با روش نمونه گیری گلوله برفی تکمیل شده است، انتخاب شده اند. راهنمای نمونه گیری نظری، پرسش‌ها و مقایسه‌هایی هستند که در خلال تجزیه و تحلیل مفاد مصاحبه‌ها با افراد بروز می‌یابند و موجب کشف مقوله‌های مناسب، خصوصیات و ابعاد آن‌ها می‌شوند (اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۸). حجم نمونه تاحد رسیدن به اشباع یاکفایت نظری ادامه پیدا کرد. از آنجا که موضوع فضای مجازی، در ایران بسیار جدید و نوپاست، بنابراین منظور از خبرگان فضای مجازی، افرادی هستند که از دانش علمی و تخصصی در حیطه رفتار و فضای مجازی برخوردار بوده و از لحاظ اجرایی در سطوح عالی مدیریتی حوزه فضای مجازی کشور فعالیت می‌کنند. ابزار گردآوری داده‌ها در این مرحله از پژوهش، مصاحبه‌ها نیمه ساختارمند[1] و عمیق با خبرگان، بوده است. کاربرد مصاحبه در ایالات متحده به قدری زیاد است که برخی جامعه‌شناسان، آن را «جامعه مصاحبه[2]» نامیده‌اند (سیلورمن و اتکینسون، ۱۹۹۷). در مصاحبه نیمه‌ساختارمند، بنابر مقتضیات شخصیتی، رفتاری و زمانی مصاحبه، ترتیب سؤالات تغییر کرده است و حتی سؤالات بازتری از سوی مصاحبه‌گر مطرح شده است. پس از انجام مصاحبه های تخصصی و تحلیل متن مصاحبه ها، از روش دلفی هم استفاده شد. دلیل استفاده از روش دلفی در این تحقیق، جدید بودن موضوع پژوهش و فقدان سابقه پژوهشی از آن در علوم رفتاری و همچنین لزوم تأیید و یا اصلاح شاخص‌های احصاء شده رفتار اشتراک دانش حاصل از مصاحبه با خبرگان بوده است. بنابراین بر مبنای شاخص‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، پرسشنامه‌ای با سؤالات باز تنظیم و فرایند دلفی اجرا شد. اعضاء ۹ نفره دلفی در این پژوهش از روش نمونه گیری هدفمند و به گونه‌ای انتخاب شدند که هر یک از آنها در یک یا چند سؤال تخصص داشته باشند و در نتیجه همه اعضاء گروه، به‌عنوان یک گروه واحد، به سؤالات پاسخ داده باشند. در روش دلفی، خبرگان منتخب، نماینده یک جمعیت نبودند بلکه افرادی مطلع و آگاه[2] محسوب می‌شدند. به سخن دیگر، معیار انتخاب خبرگان توجه به مفهوم "شایستگی" به جای "نمایندگی" بوده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده های این پژوهش، از تحلیل محتوای کیفی استقرایی استفاده شده است. تحلیل محتوا، روشی مستقل از چارچوب و رویکردهای نظری همانند نظریه داده بنیاد و پدیدارشناسی است و در پاسخ به چیستی[3]، چرایی[4]، تحلیل ادراکات، استفاده می شود(گیون، ۲۰۰۸). بر اساس نظر الو و کینگاس[5] (۲۰۰۸) پس از تعیین واحد تحلیل در تحلیل محتوای کیفی و ایجاد ارتباط با متن، گامهای تحلیل محتوای کیفی در زمانی که به صورت استقرایی اجراشده و فاقد فرضیه باشد به صورت کدگذاری باز، فهرست کردن کدها، گروه بندی کردن، دسته بندی کردن و انتزاع است که این مطالعه از آن تبعیت کرده است (الو و کینگا، ۲۰۰۸).

همچنین اعتبار و روایی در پژوهش حاضر نیز همانند آنچه در تحقیقات کیفی مرسوم است «با تأکید بر قابلیت اعتماد[6]، اصالت داده‌ها، مربوط بودن، و موثّق بودن» انجام شد. (هومن، ۱۳۸۵، صص ۶۰-۶۲). مطابق نظر کرسول[7] به منظور افزایش اعتبار این پژوهش از دو راهبرد تطبیق اعضاء و کثرت گرایی استفاده شده است.

یافته‌ها

در ادامه به توضیح یافته های تحقیق یا ابعاد رفتار اشتراک دانش متخصصین و شاخص های آن می پردازیم:

یافته های تحقیق نشان می دهد که بعد فردی رفتار اشتراک دانش متخصصین در فضای مجازی شامل شخصیت

1 . Semi-structured interview
2 . Interview society
3 . What?
4 . Why?
5 . Elo, S. & Kyngas, H.
6 . Trustworthiness
7 . Creswell

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

(برونگرا، سازشکار و خودگشوده)؛ توانایی (برخورداری از مهارت‌های دیجیتال، مهارت جستجوی تخصصی، ارائه راه حل های جدید، ایجاد مشارکت با دیگران، توانمندی علمی و خودباوری متخصصین از دانش خود)؛ امنیت روانی (اعتماد مبتنی بر شناخت، اطمینان از حفظ حریم خصوصی و اطمینان از مالکیت فکری و معنوی)؛ انگیزش (اشتیاق فرد برای کمک به دیگران، راحتی دسترسی به اطلاعات، جلب تایید دیگران، ورود به شبکه با هدف یادگیری، روح جستجوگر علمی و جلب توجه دیگران در قالب ارجاعی که دیگران به نظر فرد می دهند)؛ نگرش به منظور اشتراک دانش (اعتقادات کاربر در خصوص اشتراک دانش در شبکه تخصصی دانش محور، وظیفه شمردن اشتراک دانش، بهبود عملکرد، یادگیری از دیگر همکاران و ارتقاء سطح علمی کشور)؛ و اخلاقیات (لذت بردن از کمک به دیگران، همدلی، سخاوت در اشتراک دانش، ایجاد جو دوستانه و عدم احتکار دانش) است. در این خصوص نمونه ای از اظهارات خبرگانی که با آنها مصاحبه شده است در خصوص شخصیت بدین شرح است:

«افرادی که در بحث اشتراک دانش / اشتراک اطلاعات ورود می کنند یا علاقمند هستند یا مشارکت فعال دارند به این قرار است که برون‌گرا باشند. یک نکته خیلی مهم علاقه به کمک به دیگری است یعنی اولاً دیگری را به رسمیت بشناسند. بعضی افراد متاسفانه آدم احساس می‌کند که در خود مانده هستند. بیرون از خودشان دیگری را نمی‌بینند یا درک نمی‌کنند که به جز من کس دیگری هم هست. در نتیجه آدم‌هایی که این آمادگی، علاقه و اشتیاق را دارند به دیگران کمک می کنند یا در زاویه دیگر بگوییم لطفی نسبت به دیگران دارند مهر و محبتی دارند که می خواهند کار دیگران را راه بیندازند. این ویژگی خیلی مهمی است که باید حتماً وجود داشته باشد» {PA1}

از طرفی به دلیل ماهیت شبکه های اجتماعی که بر محور مشارکت شکل می گیرد، قسمت اعظم فعالیت فرد تابع عواملی است که به وسیله رفتار افراد دیگر خلق و ایجاد شده است، و از آن به عنوان بعد گروهی یاد می شود. در خلال اجتماعی بودن گونه انسان، عواملی رفتار فرد را در گروه تحت تاثیر قرار می دهد. به عبارتی وقتی صحبت از اشتراک دانش است، حضور گروه به شیوه های مختلف بر رفتار فردی تأثیر می گذارد که از ابعاد گروهی رفتار اشتراک دانش شناسایی شده در این مطالعه: ساختار گروهی (وابستگی افراد به یکدیگر، ارضاء نیازهای روانی یا تقویت انسجام عاطفی بین افراد و اختیار برای عضویت در گروه مورد نظر)؛ منافع مشترک (حصول هویت اجتماعی تخصصی، کسب امنیت اجتماعی روانی و برآوردن نیازهای علمی)؛ و سرمایه اجتماعی (ارتباطات و اعتماد) می‌باشد.

بعد محیطی به متغیر هایی اشاره دارد که تغییرات آنها بر نحوه رفتار فردی اثر گذار است؛ انسان از آن اثر می پذیرد و یا بر آن اثر می گذارد. در این مطالعه محیط شامل ۴ مولفه سیاسی حقوقی (توسعه زیر ساخت، تخصیص بودجه برای R&D فضای مجازی، پهنای باند، تنظیم مقررات و قوانین فضای مجازی، فیلترینگ، قوانین مالکیت فکری و معنوی)، مولفه اجتماعی فرهنگی (الف. سبک زندگی متخصصین شامل تقید افراد به آموزه های دینی برای اشتراک دانش، احساس مسئولیت در قبال دیگران، اخلاق حرفه ای و به روز بودن در حوزه علمی و ب. شخصیت ملی شامل روحیه پنهان کاری، انزوای درون گروهی و فرهنگ فرد محور ایرانی در ایرانی ها)، مولفه اقتصادی (هزینه اینترنت و تنوع بسته های اینترنتی) و مولفه تکنولوژیکی (امنیت سرور، کاربر پسند بودن، زیبایی گرافیکی و نوع زیر ساخت ارتباطی) می باشد. که شاخص های این مولفه ها به شرحی که از نظر گذشت، شناسایی شده اند. نمونه هایی از صحبت مشارکت کنندگان در خصوص شاخص های این ۴ مولفه بدین شرح است:

الف. مولفه سیاسی حقوقی

«پهنای باند مورد اشتراک گذاری بسیار مهم است. الگوی به اشتراک گذاری به شدت گره خورده است با متغیری به نام پهنای باند، ..... از لحاظ حقوقی هم مهم است. در برخی کشورها آی پی[18]مال خود افراد است یعنی دی ان ای[19] الکترونیک افراد است هرکجا برید آی پی را با خود می برید. اگر اطلاعات من را فلان سرور هک کرد من از لحاظ حقوقی می‌توانم شکایت کنم» {PC1}

عوامل سیاسی خیلی دخیل هستند و موثر هستند برای این‌که اگر سیاست گذار تصمیم بگیرد که مقرارت حقوقی لازم برای منع و تحریم و تحدید وضع کند، ابزار لازم هم برای نظارت، جلوگیری، ممانعت و فیلترینگ و همه این‌ها را در اختیار دارد و به همین دلیل باز هم به نظر من عنصر سیاسی غلبه دارد بر عوامل دیگر {PD1}

1 . *IP* 8

1 . *DNA* 9

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

ب. مولفه اجتماعی- فرهنگی

انتقال تجربه در حوزه‌های تخصصی جنبه تاریخی فرهنگی دارد. مثلاً قسمت‌های اصلی کار و فوت کوزه‌گری را برای خودشان نگه می‌داشتند و به شاگردانشان انتقال نمی‌دانند. {PF3}

وقتی وارد مسائل اجتماعی و مدیریتی، و فرهنگی می شویم، ادعا داریم بر فرهنگ غنی اسلامی تکیه زده‌ایم، ولی ضعیف عمل می‌کنیم. {PH7}

از طرفی پیشینه تاریخی ما نشان می‌دهد که مجموعه عواملی وجود دارد که رفتار فردی را تقویت می‌کند؛ مثلاً در ضرب المثل فارسی داریم: کس نخارد پشت من، جز ناخن انگشت من {PM18}

ج. مولفه اقتصادی

«هزینه و تعرفه اینترنت برای اینکه افراد دسترسی به شبکه های اجتماعی داشته باشند مهم است در کشور ما هزینه های اینترنت بالاست و این موضوع تاثیر عمومی اقتصاد روی رفتار اشتراکی افراد است. دو بحث موجود بودن[20] در دسترس بودن[21] مطرح می شود که وابسته به هزینه بالای اینترنت در ایران نسبت به کشورهای منطقه است» {PF1}

د. مولفه تکنولوژیکی

« اشتراک بدون ارتباط با زیرساخت[22] معنا نمی دهد. شاید پتانسیل به اشتراک‌گذاری ایران از کشورهای دیگر بسیار بالاتر باشد ولی چون زیرساخت را ندارد در اشتراک‌گذاری ضعیف است. این اشتراک دانش در گرو زیر ساخت است. زیرساخت مناسب. زیرساخت است که اشتراک دانش را افقی کرده است. پس هر جا این زیرساخت بد شود اشتراک شکل نمی‌گیرد و اشتراک دانش به صورت عمودی یعنی از بالا به پایین می‌شود» {PG1}

پس از آن، خروجی مرحله تحلیل مصاحبه‌های تخصصی ساختارمند با خبرگان، در قالب پرسشنامه باز برای اعضاء دلفی که ۹ نفر از صاحبنظران حوزه رفتار و فضای مجازی بودند، ارسال شد. بعد از جمع آوری پرسشنامه‌های رسیده، نظرات خبرگان درمورد شاخص‌های مربوط به الگوی رفتار بررسی شد. برای انجام مرحله دوم دلفی از پرسشنامه دارای ساختار استفاده شده و از افراد خواسته شد تا هر عنوان را با استفاده از مقیاس لیکرت رتبه بندی، و به عبارتی، کمیت پذیر نمایند. در اینجا موارد توافق و عدم توافق مشخص شد و فضایی برای شناسایی ایده‌های جدید، تصحیح، تفسیر، حذف و توضیح قدرت و ضعف آنها به وجود آمد. پاسخ‌های رسیده را از طریق فرمول آزمون تی تک نمونه‌ای مورد بررسی قرار دادیم. متغیرهایی که مقدار آماره تی انها از ۱/۶۴۵ بیشتر بود باقی مانده و بقیه حذف شدند. در مرحله سوم دلفی نیز تمامی متغیرهای را دوباره در قالب پرسشنامه در اختیار همان خبرگان قرار دادیم که اینبار مقدار اماره تی بزرگ‌تر از ۱/۶۴۵ بود و نشان از تأیید تمامی متغیرها و اجماع نظر اعضاء پنل دلفی داشت.

جدول ۱ همپوشانی نظرات اعضاء دلفی با متغیرها و مؤلفه‌های مستخرج از مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد. شاخص‌ها تأیید و در خصوص زیر شاخص ها، بعضاً اصلاحاتی صورت گرفت.

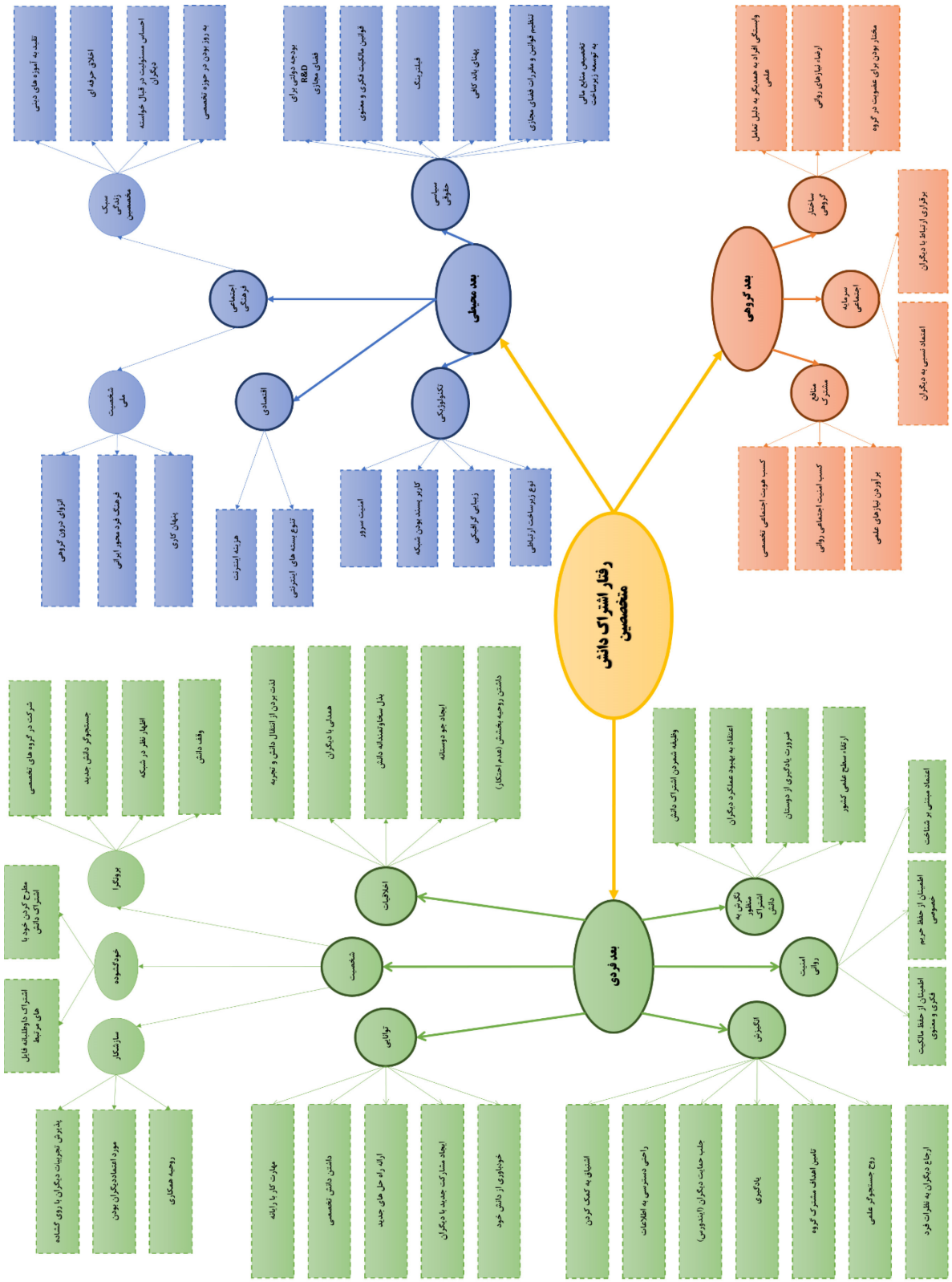
البته متغیرهایی نیز توسط خبرگان پیشنهاد شده بود از جمله می توان به اهمیت" نوع زیرساخت ارتباطی در سطح و میزان دسترسی افراد" اشاره کرد که در زیر مجموعه مقوله تکنولوژیکی قرار می گیرد و به متغیرهای پیامدی اضافه شد. پس از اطمینان از اجماع بین اعضاء دلفی، یعنی تأیید و یا اصلاح شاخص‌ها توسط اعضا دلفی، الگوی رفتار اشتراک دانش متخصصین در فضای مجازی و یا به عبارتی شاخص های رفتار اشتراک دانش متخصصین از مسیر تحقیق کیفی اکتشافی شناسایی شد (شکل ۲).

بحث و نتیجه گیری

در این مقاله ابعاد و شاخص های رفتار اشتراک دانش متخصصین ایرانی در شبکه های اجتماعی تخصصی شناسایی شده است. نتایج این پژوهش در راستای بسیاری از پژوهش های جداگانه و منفرد در حوزه اشتراک دانش است و به شکل جامع تری ابعاد رفتار اشتراک دانش متخصصین را شناسایی کرده است. با توجه به الگوی حاصل مشخص شد که شاخص های عوامل فردی، گروهی و محیطی شناسایی شده در این مطالعه در راستای پژوهش های انجام شده بین المللی و داخلی است (جعفرزاده کرمانی، ۱۳۹۱ ؛ علی پوردرویشی، ۱۳۹۲: ۱۱۶-۹۱؛ دارماسیری و کودیسواران، ۲۰۱۱) و نتایج این مطالعه نشان می دهد که بعد فردی رفتار اشتراک دانش را شاخص هایی چون شخصیت ، توانایی ، نگرش به منظور اشتراک دانش، انگیزش، امنیت روانی و اخلاقیات شکل می دهند.

20 . Availability
21 . Accessibility
22 . Infrastructure

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]



شکل ۲. الگوی رفتار اشتراک دانش متخصصین در شبکه های اجتماعی تخصصی، حاصل پژوهش کیفی اکتشافی حاضر

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

جدول ۱. تأیید یا رد متغیرهای استخراج شده از مصاحبه‌ها در جریان روش دلفی

ردیف	مقوله‌های مستخرج از تحلیل مصاحبه‌ها	متغیرهای پیشنهادی مرحله اول دلفی	همپوشانی با متغیرهای قبلی حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها	
			دارد	ندارد
۱	اجتماعی فرهنگی	ادای دین به رشد و تعالی کشور	☑	
۲	نگرش	دوری از تکبر و تحقیر همکاران	☑	
۳	انگیزش	ارجاع دادن به مقالات متخصصین	☑	
۴	توانایی	مفید بودن ادراک شده، میزان سهولت استفاده	☑	
۵	گروهی	ثبت هویت و رزومه کاری متخصصان	☑	
۶	توانایی	ترس از فناوری نوین	☑	
۷	سیاسی- حقوقی	دوباره کاریها و تداخل اختیارات در حوزه فضای مجازی کشور	☑	
۸	اقتصادی	هزینه بسته های اینترنتی به عنوان مشوق		☑
۹	سیاسی- حقوقی	توسعه پلتفرم نرم افزاری قوی	☑	
۱۰	سیاسی-حقوقی	"اصل حمایت بدون تشریفات در کپی رایت"		☑
۱۱	اجتماعی فرهنگی	آموزه‌های دینی مانند: زکات علم نشر آن است.	☑	
۱۲	تکنولوژیکی	اطلاعات آماری شبکه در خصوص امار بازدید از فعالیت فرد در شبکه	☑	
۱۳	تکنولوژیکی	مستندات ارسال مطالب با برچسب زمانی	☑	
۱۴	سیاسی-حقوقی	نقص قوانین و خلأهای اجرایی مالکیت فکری در ایران	☑	
۱۵	اجتماعی فرهنگی	بومی شدن شبکه‌های تخصصی مبتنی بر نیازسنجی داخلی	☑	
۱۶	سیاسی- حقوقی	نوع زیر ساخت ارتباطی از لحاظ *ADSL,* فیبر نوری، *3G, 4G*		☑

در خصوص شخصیت نتایج نشان می دهد که متخصصین ایرانی عضو شبکه لینکداین عمدتاً، برونگرا، خودگشوده و سازشکار هستند. آنچه در موضوع شخصیت و دخالت آن در اشتراک دانش اهمیت دارد این است که افراد نمی توانند فارغ از شخصیتی که در دنیای واقعی دارند در فضای مجازی حضور پیدا و فعالیت کنند. از طرفی افراد فعال در فضای مجازی، غالباً از این فضا به عنوان فرصتی برای ابراز عقیده و همچنین کسب آخرین اخبار و اطلاعات و دانش تخصصی در زمینه خود استفاده می کنند. افرادی که در دنیای واقعی اشتیاق به کمک به دیگران را دارند، دیگران را دوست دارند و کمک به انها در هر زمینه ای را مطبوع می دانند، همانهایی هستند که در جریان به اشتراک گذاری دانش در فضای مجازی فعال تر عمل کرده و این فضا را عرصه خودگشودگی می دانند. اظهار نظر تخصصی دارند و شخصیت انسان جستجوگر را از خود نشان داده که همان شخصیت واقعی شان است. علاوه بر این، شخصیت هایی که در مقابل دیگران گارد نمی گیرند و روحیه مدارا دارند، برون گرا هستند و دوست دارند با کسب تجربیات تازه از محیط خود بر دایره داشته های فکری شان بیفزایند، در اشتراک دانش موفق تر هستند. بر همین اساس شخصیت های گوشه گیر و منزوی نیز همین مشی را در فضای مجازی داشته و معمولا در این فضا ~~اعلام~~ ابراز وجود نمی کنند. این مطالعه با تحقیقات پیشین در خصوص تاثیر ویژگی های شخصیتی و به‌کارگیری مدل بیگ فایو در بررسی فرایند اشتراک دانش در سطح فردی (Matzler, et.al, 2008) و همچنین با مطالعات Kankanhalli, et.al., 2005 همسو است که معتقد است این ویژگی شخصیتی تمام افراد است که عموماً دوست دارند که به دیگران کمک کنند. اما ۳ تیپ شخصیتی برونگرا، و سازشکار و خودگشوده شناسایی شده در این تحقیق با انچه در ادبیات تحقیق وجود دارد و در حوزه روانشناسی است، متفاوت است. همانطور که پیشتر تاکید گردید، سه تیپ شخصیتی مورد بحث در این مطالعه، برخاسته از نظر خبرگان بوده و به داده های دست اول برمی گردد.

توانایی به داشتن مهارت‌های دیجیتال، مهارت جستجوی تخصصی، ارائه راه حل های جدید، ایجاد مشارکت با دیگران، توانمندی علمی و خودباوری متخصصین از دانش خود گفته

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

می شـــود. بنابراین این توانایی هم به داشـــتن مهارت های دیجیتال برمی گردد که افراد به واســـطه آن به‌راحتی در چارچوب های فناورانه برای خود جایی تدارک می‌بینند و مســـتقر می‌شـــوند. و هم به توانمندی علمی افراد از دانش تخصـــصـــی خود مرتبط می شـــود. افراد به‌منظور ایجاد یک فرایند به اشـــتراک‌گذاری دانش اثربخش باید از این توانایی برخوردار باشند. در این صورت فرایند اشتراک دانش به‌طور خودکار آغاز شده و گسترش یابد زیرا می توان این توانایی را مترادف با اشتراک دانش دانست.

شاخص انگیزش در این مطالعه به اشتیاق فرد برای کمک به دیگران، راحتی دســـترســـی به اطلاعات، جلب تایید دیگران، ورود به شـــبکه با هدف یادگیری، روح جســـتجوگر علمی و جلب توجه دیگران در قالب ارجاعی که دیگران به نظر فرد می دهند، باز می گردد و نشان می دهد که دلیل متخصصین برای اشـــتراک دانش متفاوت اســـت و انگیزه های متفاوتی را دنبال می کند. اگرچه باید به این نکته توجه داشت که ممکن اســـت یک فرد، کاری را با انگیزه‌های متعددی انجام دهد که آن‌ها باهم همپوشانی داشته باشند. نگرش کاربران متخصص به معنای اعتقادات آنان در خصوص اشتراک دانش در شبکه تخصصی دانش محور، وظیفه شمردن اشتراک دانش، بهبود عملکرد، یادگیری از دیگر همکاران و ارتقاء ســـطح علمی کشور بوده و نشان می دهد که آنان به اهمیت فضای مجازی اعتقاد دارند، نه تنها نســـبت به فعالیت علمی در این فضـــا احســـاس خوبی دارند بلکه با نگاهی بلند به لزوم ایجاد تغییر نگرش در به خدمت گرفتن شـــبکه های تخصـــصـــی برای نوآوری، تولید محتوی مشارکتی و بالابردن رتبه علمی کشور باور دارند. نگرش متخصصان به این شبکه‌ها بیش از آن که آموختن مهارت‌ها و یافتن پاســـخ پرســـش‌های علمی و فنی باشـــد، آگاهی یافتن از آخرین دســـتاوردها و وقایع علمی، شـــناخت اشـــخاص مطرح و رزومه ایشـــان اســـت. به عبارتی پروفایل متخصصان ویترین مهارت های ایشان است و به همین دلیل است که سطح قابل توجهی از اشتراک دانش و مهارت ها در شـــبکه اجتماعی اتفاق می افتد. امنیت روانی شاخص شناسایی شده دیگری است که در مطالعات پیشین، فهم عمومی و مشترکی که مقبولیت داشته باشد در مورد آن وجود ندارد اما بر اساس نتایج این تحقیق، امنیت روانی شامل اعتماد ناشی از شناخت، اطمینان از حفظ حریم خصوصی و اطمینان از مالکیت فکری و معنوی می باشـــد که تامین آن باعث تحریک و پرورش رخداد به اشـــتراک گذاری دانش متخصصین می شود. در ایران به دلیل عدم شفافیت قوانین در خصـــوص حریم خصـــوصـــی و فقدان ضـــوابط و معیارهای حضـــور افراد در فضـــای مجازی، این موضـــوع برای کاربران اهمیت دارد. امنیت روانی یک "حق اخلاقی" است که اگر به مخاطره افتد می تواند فرد را برای همیشه از محیط شبکه ای دور نگه دارد چراکه هسته مرکزی آن، حریم خصوصی افراد است (انتظاری، امیری و مرتجی، ۱۳۹۵).

اخلاقیات شاخص شناسایی شده از بعد فردی به عنوان عنصر کلیدی در اشتراک دانش افراد مطرح می شود که ملحوف در ارزش هاســـت. لذت بردن از کمک به دیگران، همدلی، سخاوت در اشتراک دانش، ایجاد جو دوستانه نشان از حضور و عملکرد کاربران متخصـــص در شـــبکه براســـاس دســـتگاه فکری و ارزشـــی شـــان اســـت. ارزش ها و باورها تقیدی برای کاربران در حوزه به اشتراک گذاری دانش و تجربه ایجاد می کند. بنابراین "اخلاقی تر ها" اشتراک دانش بیشتری از خود نشـــان می دهند. اخلاقیات همچون همدلی، ایجاد جو دوســـتانه، عدم احتکار دانش، لذت بردن از کمک به دیگران منطقی را برای اشتراک دانش متخصصین ایرانی در شبکه های تخصصی خلق می کند. به عبارتی رفتار اشتراک دانش متخصـــصـــین ایرانی در شـــبکه های دانش محور، فی نفســـه "اقدامی اخلاق محور" است. برخی مطالعات در حوزه فضای مجازی نشـــان داده اســـت که در اشـــتراک دانش بســـیاری از عوامل ازجمله فرهنگ ســـازمان، ماهیت فناوری، ارزش‌ها و نگرش نسبت به اشتراک‌گذاری دانش تاثیرگذار است (الیور، ۲۰۰۸، ان-ولف و گینمان، ۲۰۰۴). عمده مطالعات در این حوزه به تاثیر ارزش ها در رفتار اشتراک دانش پرداخته اند. در حالیکه مطالعه حاضـــر، شـــاخص "اخلاقیات" را در رفتار اشتراک دانش کاربر متخصص ایرانی شناسایی کرده است.

شـــاخص های شـــناســـایی شـــده در بعد گروهی شـــامل منافع مشترک، سرمایه اجتماعی و ساختار گروه می باشد. ساختار گروهی معطوف به وابستگی افراد به یکدیگر، ارضاء نیازهای روانی یا تقویت انســـجام عاطفی بین افراد و اختیار برای عضویت در گروه مورد نظر می باشد؛ طبق نتایج این پژوهش، ساختار گروه نقش تعیین کنندگی در تولید، به اشتراک گذاری و انتقال دانش در شبکه را دارد. حتی می توان گفت صحبت کردن در خصوص دانش یا مهارت و ... و اینکه مطالبی را به اطلاع افراد دیگر در شـــبکه رســـاندن، خود با روح حاکم بر ساختار گروه پیوند خورده است. بعلاوه منافع مشترک افراد در شبکه های تخصصی از دیگر شاخص ها ست. ایجاد منافع مشترک گروهی اعضاء گروه را در کنار هم باقی نگه می دارد و باعث می شود تا همبستگی اعضا حفظ شود. حصول هویت

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

اجتماعی تخصصی، کسب امنیت اجتماعی روانی و برآوردن نیازهای علمی است که انگیزه هایی فراتر از منافع شخصی است و البته مبنای اشتراک دانش کاربران متخصص در شبکه های اجتماعی تخصصی می شود. و سرمایه اجتماعی که با مفاهیم ارتباطات و اعتماد آمیختگی دارد. کاربران در صورتی دانش خود را با دیگر کاربران عضو شبکه به اشتراک می گذارند که به انها اعتماد داشته باشند. این دو موضوع اعتماد و ارتباطات بین افراد، سرمایه اجتماعی کاربر متخصص ایرانی را در فضای شبکه تشکیل می دهد. بنابراین کاربرانی که دانشی در اختیار دارند و مایلند آن را در گروه به اشتراک بگذارند سرمایه اجتماعی خود را قبلا با عضویت در گروه تقویت کرده اند. این موضوع بیان می کند که دانش و تمایل به اشتراک گذاری آن، ناشی از اعتماد و ارتباطات کاربر است و خود باعث ایجاد سرمایه اجتماعی می شود.

اشتراک دانش در فضای مجازی، علاوه بر ابعاد فردی و گروهی شناسایی شده در گرو عوامل محیطی نیز هست. بعد محیط دارای ۴ مولفه تکنولوژیکی، سیاسی-حقوقی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی است. در خصوص مولفه تکنولوژی نتایج نشان می دهد که انچه برای کاربر متخصص ایرانی مهم است علاوه بر زیبایی موضوع عدم پیچیدگی شبکه می باشد. جذب مخاطب اولین گام مهم برای فعالیت یک شبکه است. شبکه هایی که عضویت در آنها سخت و پیچیده بوده و کاربر را برای ماندن در شبکه به دلیل پیچیدگی عضویت و استفاده از امکانات تشویق نمی کند، خود مانعی برای جذب، حضور و فعالیت کاربر در آن است. انچه وبسایت های موفق دنیا به آن توجه دارند این است که با ساده سازی عضویت و تسهیل حرکت کاربر در فضای شبکه، کاربران را به راحتی جذب می کنند. جذابیت های ظاهری و زیبایی گرافیکی شبکه نیز تاثیر چشم گیری در جلب توجه و ایجاد اولین ذهنیت مثبت در مخاطب دارد. بعلاوه امروزه امنیت در شبکه های اجتماعی بسیار مهم می باشد. زیرا کاربران ساعاتی از روز را، در شبکه های اجتماعی می گذرانند و با افراد زیادی به صورت مجازی ارتباط برقرار می کنند. موضوع امنیت سرور بخصوص برای کاربران متخصص از اهمیت دوچندانی برخوردار است زیرا این افراد به دلایل حرفه ای و جدی تر از این شبکه های اجتماعی تخصصی استفاده می کنند. و طبیعی است که این شبکه های اجتماعی تخصصی با توجه به رسالت کارشان توجه هکرها و افراد سوء استفاده گر را هم به خود جلب می کنند. ممکن است با رعایت نکردن نکات امنیتی برای کاربر دردسر ساز شوند. بنابراین موضوع امنیت سرور موضوعی است که توسط کاربران ایرانی مورد تایید قرار گرفته است. از طرفی اشتراک دانش بدون وجود زیرساخت معنا نمی دهد و می توان ادعا کرد که باعث افق شدن دانش از طریق به اشتراک گذاری آن، شده است. بنابراین نوع زیرساخت به کمک تکثیر دانش افراد آمده و به عنوان میانجی در فرایند اشتراک دانش نقش دارد. در ایران زیرساخت فضای مجازی مناسب در شرایط فعلی در حال توسعه و گسترش است. پژوهش های پیشین در خصوص زیر ساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات همسو با نتایج حاصل از این مطالعه است (زاهدالاسلام، ۲۰۱۵). شاخص های شناسایی شده در این پژوهش، امنیت سرور، کاربر پسند بودن، زیبایی گرافیکی و نوع زیر ساخت ارتباطی است که به صورت پراکنده در برخی مطالعات (دایا، ۲۰۱۳؛ الفانت و بلک، ۲۰۱۰) بررسی شده است.

عوامل سیاسی حقوقی که معطوف به سیاست گذاری فضای مجازی کشور است، با الگوی به اشتراک گذاری دانش به شدت گره خورده است. سیاست گذاری های مربوط به فضای مجازی هر کشور که در حوزه اختیارات حکومت هاست، باعث وضع مقررات و قوانینی برای منع و تحریم و و تحدید استفاده از این فضا می شود. به نظر می رسد که سیاست گذاری فضای مجازی کشور می تواند به بروز توانمندی های متخصصین برای حضور در فضای مجازی بیانجامد و نقش مهمی در اشتراک دانش در فضای مجازی دارد. شاخص هایی چون پهنای باند کافی، فیلترینگ، تخصیص منابع مالی به توسعه زیرساخت، بودجه دولتی برای R&D فضای مجازی، تنظیم قوانین و مقررات فضای مجازی، قوانین مالکیت فکری و معنوی و امنیت سرور در حوزه مولفه سیاسی و حقوقی است.

شاخص اجتماعی فرهنگی شامل دو زیر شاخص سبک زندگی و شخصیت ملی است. در مطالعات خارجی بیشتر به تاثیر سبک زندگی بر رفتار مصرف کننده پرداخته شده است. برای مثال در حوزه رفتار خرید اینترنتی مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۰ انجام شد. نتایج نشان می‌دهد که ترجیحات مشتری، با تغییر سبک زندگی او تغییر می‌کند (نورزایریانی، ۲۰۱۰). یا در حوزه بهداشت و درمان مطالعات سبک زندگی فراوان دیده می شود. برای نمونه دینگ و همکارانش از دانشگاه هاروارد در مقاله‌ای به سبک زندگی و شبکه‌های اجتماعی حوزه سلامت پرداختند. آن‌ها به اشتراک دانشی که تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی ایجاد می‌شود تمرکز کردند و نتیجه گرفتند که قدرت تأثیر شبکه‌های اجتماعی درزمینه بهداشت و درمان در فضای برخط، تا جایی است که می‌تواند سبک

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

زندگی افراد را تغییر داده و سبک زندگی سالم[2] برای آن‌ها به ارمغان آورد که بتوانند از شیوع بیماری‌ها جلوگیری کرده و آن ها را مدیریت کنند (اریک و دیگران، ۲۰۱۳). اشتراک دانشی که توسط بیماران اتفاق می‌افتد از طریق آموزش، تغییرات رفتاری، تغییرات سبک زندگی ایجاد شده است و توجه به بهبود سلامت افراد به‌عنوان نتیجه اشتراک دانش مطرح می‌شود (همان). اما انچه این مطالعه را از پژوهش‌های پیشین متمایز می کند، این است که سبک زندگی خود به عنوان شاخصی برای رفتار اشتراک دانش مطرح گردیده و بر اساس این سبک زندگی است که متخصصین به اشتراک دانش در فضای مجازی تمایل دارند. به عبارتی سبک زندگی متخصصین، الزامی برای آنان ایجاد می کند که نتیجه آن اشتراک دانش در فضای مجازی است. این سبک زندگی الگوهای زندگی روزمره کاربران متخصص است. تعریفی که ما از سبک زندگی متخصصین در این مطالعه به آن رسیده‌ایم یعنی فرهنگ دینی تقویت کننده، احساس مسئولیت در قبال دیگران، به روز بودن در حوزه علمی و اخلاق حرفه ای منافاتی با تعاریف دیگر از این مفهوم ندارد. زیرا به‌طور تقریبی، هیچ توافق تجربی یا مفهومی درباره اینکه چه چیزی سازنده سبک زندگی است، وجود ندارد. بر اساس نظر فاضلی تنها لازم است تا زمینه‌ای را که در آن از این مفهوم استفاده می‌شود، تعریف کرد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۷). بنابراین سبک زندگی متخصصین به علاقمندی ها، الگوهای ذهنی و رفتاری آنان درباره بر می گردد. بعلاوه، شخصیت ملی به فرهنگ فردمحور ایرانی، انزوای درون گروهی و پنهان کاری افراد بازمی گردد. این شخصیت ملی میراث توزیع ناعادلانه منابع در ایران به دلیل ساختار استبدادی زمان قدیم بوده است. و ناامنی ذهنی- اجتماعی که برای افراد ایجاد می شود رغبت آنان را به اشتراک دانش در فضای مجازی کمرنگ می کند. این نگرانی جزیی از شخصیت افراد می شود و باعث می شود که افراد نسبت به دیگران رحم و شفقت کمتری داشته باشند. البته این تجربه تاریخی می تواند به واسطه شرایط زندگی اجتماعی تشدید شود ولذا افراد به این سبب از داستان اشتراک دانش در فضای مجازی بازمی مانند. این نتایج را می توان با برخی مطالعات (لسیگ، ۲۰۰۶، ۲۰۰۸) همراستا دید.

شرایط اقتصادی، شرایطی است که در میزان و حجم دسترسی کاربران برای حضور و مشارکت در شبکه های مجازی و ارتباط با فضای وب سایت های تخصصی دخالت دارد. شاخص های هزینه و تنوع بسته های اینترنتی از مولفه اقتصادی شناسایی شده در این مطالعه نیز از جمله مولفه‌های اشتراک دانش افراد در فضای مجازی است که دغدغه تمام کشورها برای تامین اینترنت ارزان و سطح دسترسی بالا به کاربران بوده است.

این مطالعه بر این مهم صحه می گذارد که در شرایط فعلی ایران، جوانه های تحولی برای حضور مثمر در فضای مجازی و بهره گیری از تمام ظرفیت آن در جهت رشد فردی و اجتماعی و توسعه همه جانبه کشور ایجاد شده است. از طرفی نتایج حاصل از این تحقیق نشان می دهد که موضوع رفتار کاربر ایرانی را نمی توان بدون لحاظ کردن ابعاد مختلف سیاسی اقتصادی فرهنگی و اجتماعی مطالعه کرد زیرا رفتار کاربر ایرانی به خاطر تعامل با موضوعات تاریخی، سیاسی، فرهنگی اجتماعی از حالت تک بعدی خارج شده و حالت چند وجهی و پیچیده به خود گرفته است که شناسایی شاخص‌های آن فارغ از عوامل یاد شده جفایی بر مفهوم "پژوهش علمی" در حوزه مطالعات فضای مجازی است! تنها زمانی می توانیم به الگویی جامع از حیث نظری و کاربردی در حوزه رفتار اشتراک دانش دست پیدا کنیم که تعاریف، مفاهیم، ابعاد و مولفه های آن مبتنی بر شرایط حاکم بر فضای مجازی کشور شناسایی شود. شناسایی شاخص ها نشان از ضرورت توجه به مدیریت خردمندانه حضور و فعالیت هدفمند کاربران متخصصین در این فضا از طریق تقویت شاخص های شناسایی شده و تاکید بر پیشگیری از ایجاد ضایعات انسانی است. حرکت به سمت انسانی تر شدن فضای شبکه های تخصصی و رعایت شئونات خاص این فضا از ضرورت هایی است که غفلت از آن، می‌تواند آسیب‌های جدی بر زیربنای حوزه علمی کشور در زمینه تحقیقاتی فضای مجازی وارد سازد. اگر چه این مقاله مجال ورود به نگاه تفسیری را نداشته و ندارد بلکه می توان آن را به عنوان مقاله ای که ظرفیت سازی برای نگاه تفسیری "رفتار کاربر متخصص ایرانی در شبکه های اجتماعی تخصصی" را فراهم می آورد، تلقی کرد. در پایان مبتنی بر یافته ها و نتایج حاصل از این پژوهش، به پیشنهاداتی که می توان آن را مترادف با جوهره تحقیق دانست اشاره شده است:

✓ظرفیت سازی در قالب الزام آموزش رسانه های اجتماعی به عنوان بخشی از راهبرد یا برنامه کلی توسعه ظرفیت

[2] Healthy lifestyle [3]

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

فناوری اطلاعات و ارتباطات برای دانشگاهیان و متخصصان تمامی حوزه های دانش

✓تسهیل دسترسی به اطلاعات و دانش سیال فضای مجازی: لزوم توانمند سازی همگان با هدف دسترسی به دانش موجود در فضای مجازی و مبادله آن و رفع موانع د ستر سی برابر برای همه کاربران با مداخله حداکثری بخش خصوصی

✓استفاده از محیط های شبکه ای برای یادگیری الکترونیکی بجای یادگیری در محیط های بدون تعامل

✓ تشویق دولتمردان در شکل‌گیری کانون های اشتراک دانش برخط

✓اعتماد سازی و تامین امنیت لازم برای ا ستفاده حداکثری از فضای مجازی: پ

✓ایجاد زیر ساخت مناسب فضای مجازی کشور

✓شفاف سازی متولیان فضای مجازی کشور

✓توجه به هنجارهای اجتماعی و فرهنگی ک شور برای بهبود اکوسیستم فضای مجازی

✓ایجاد مرکزی مستقل در خصوص رصد شاخص ها و مونیتورینگ وضعیت فضای مجازی کشور

همچنین با توجه به نتایج بدست آمده در این تحقیق، پیشنهادهایی جهت انجام پژوهش‌های بعدی ارائه می‌گردد:

✓در این تحقیق ما مدل حا صل از مرحله کیفی تحقیق را در یک شبکه اجتماعی دانش محور آزمون کردیم. پی شنهاد می شود محققان در ادامه این پژوهش رفتار متخصصین را در شبکه های اجتماعی چند لا یه ای -که جدیدترین حوزه مطالعاتی در زمینه شبکه های اجتماعی علمی ا ست- مطالعه کنند. منظور از شبکه های اجتماعی چند لایه، تقاطع و برهم کنش حضور کاربر در چندین شبکه اجتماعی یادگیری ا ست. برای مثال، کاربران شبکه هایی مانند لینکداین، ریسرچ گیت و اکادمیا که همزمان در چند شبکه تخصصی عضو هستند، مورد مطالعه قرار گیرند که دلایل تفاوت احتمالی رفتار آنها شناسایی شود.

✓از جمله تحقیقات آینده در این حوزه می توان به طراحی مدل یادگیری با حضور یاد دهنده و با هدف خاص در شبکه‌های تخصصی دانش محور پرداخت. از موضوعات قابل توجه در این حوزه مدل های مفهومی توصیه گری با یادگیرندگان است. مدل های مفهومی توصیه گری به معنای هدایت یادگیرندگان یا کاربران متخصص به تشکیل گروه‌های یادگیری در شبکه های اجتماعی یادگیری است.

✓مطالعه رابطه بومی شدن شبکه های اجتماعی تخصصی و تمایل ایرانیان به عضویت

✓مطالعه تحلیل تغییرات شاخص های عامل تکنولوژیکی بر رفتار اشتراک دانش متخصصین ایرانی در شبکه

✓مطالعه تطبیقی حقوق فضای مجازی در ایران و کشورهای توسعه یافته

✓ مطالعه آثار تحول فناوری ارتباطی و اطلاعاتی در ایران بر حفاظت از اطلاعات ملی

✓ مطالعه موضوع امنیت شبکه های دانش محور و فعالیت متخصصین ایرانی در آن شبکه ها

✓ مطالعه ظرفیت بالقوه شبکه ها در حراست از فرهنگ و هویت اسلامی- ایرانی و ارزش های اخلاقی جامعه.

✓ارز یابی مدل ارا ئه شده در این م طالعه، برای دیگر شبکه‌های تخصصی دانش محور و برآورد ضرایب مربوط به ارتباط بین متغیر ها با استفاده از روش معادلات ساختاری و با بکارگیری نرم افزارهای مربوطه همچون AMOS و...

باید اذعان کرد تلاش این دست از مقاله ها سرآغازی برای بحث پیرامون تحلیل ماهیت رفتار کاربر متخصص ایرانی به حساب می آید. به ویژه در ایران ابهامات زیادی در این خصوص وجود دارد که نیازمند زمان و شرایط منا سب برای پرداختن به آن در سطح نظری و انجام پژوهش های متعدد با رویکرد میان رشته ای است.

References

Afjahi Seyyed, AA; Entezari, A; Mortaji N.(2016). The Pattern of Knowledge Sharing Behavior in Social Network. Quarterly journal of Social Sciences, Vol. 22, Issue 71, pp. 90-125

Agarwal, P. D., Kiran, R., & Verma, A. K. (2012). Knowledge sharing for stimulating learning environment in institutions of higher technical education. African Journal of Business Management, 6(16), 5533–5542.

Akhavan P. Rahimi A. (2013). Identification and prioritization of motivational factors affecting on knowledge sharing behavior in an industrial organization. Quaterly innovaton management journal, Vol. 1 No. 2, pp. 107-133.

Alipour Darvishi Zahra (2012). Introducing the Model of Factors Influencing Knowledge Sharing Departments OF Islamic Azad University (Survey in the North Branch of Tehran, Science and Researches Campus). Journal of information technology managmenet, Volume 4, Issue 10, pp. 93-118

Anbari M, Hariri N.(2015). The Role of Persian Professional Web-based Social Networks in Knowledge Sharing. Nation studies on Librarianship and information organization. Volume 26, Issue 3, pp.116-132

Benedikt, M. (1991). Cyberspace: Some proposals. In M. Benedikt (Ed.), Cyberspace: First steps (pp.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

Hooman, Haider Ali. (2012). Structural equation modeling using LISREL software, Fourth Edition, Tehran, Samt Publication

Hossein Zadeh, Pari & Abdullahi Masoumeh. (1394). Knowledge sharing in the era of Web 2, Quarterly journal of Ketabe Mehr. No. 18-17, pp. 80-97

Hosseingholizadeh Rezvan; Mirkamali seyed mohammad (2011). Key factors influencing knowledge sharing, study of Education and Psychology faculty, Ferdowsi University, Journal of iranina higher education, Volume 3, Issue 1 pp.61-78

Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H. & Chang, C. M. (2007). Knowledge Sharing Behaviour in Virtual Communities: The relationship between Trust, Self-efficacy, and Outcome Expectations. J. Hum. Computer. Stud, 65(2): 153-169.

Johanna Lahtinen, (2013). Local social knowledge management: A case study of social learning and knowledge sharing across organizational boundaries, Journal of Information Science,39(5), PP. 661–675

Kankanhalli, A., Tan, B. C. Y., & Wei, K. K. (2005). Contributing know ledge to electronic know ledge repositories: An empirical investigation. M IS Quarterly, 29(1), 113-143.

Lessig, L. (2006). Code, Version 2.0, Basic Books

Lessig, L. (2008). Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy, Penguin, New York, 2008

Marshall, C.C. and Shipman, F.M. (2013). Saving, Reusing, and Remixing Web Video: Using Attitudes and Practices to Reveal Social Norms. WWW '13: Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web,

Matzler, K., Renzl, B., Müller, J., Herting, S., & Mooradian, T. A. (2008). Personality traits and knowledge sharing. Journal of Economic Psychology, 29, 301-313.

Md Zahidul Islam, Sajjid M. Jasimuddin, Ikramul Hasan, (2015). "Organizational culture, structure, technology infrastructure and knowledge sharing: Empirical evidence from MNCs based in Malaysia", VINE, Vol. 45 Iss: 1, pp.67 – 88

Mu, J., Peng, G., & Love, E. (2008). Interfirm networks, social capital, and knowledgeflow. Journal of Knowledge Management, 12(4), 86–100.

Nemati-Anaraki, L. Nooshinfard, F. (2015). Organizational Culture and Knowledge Sharing Among the Faculty Members of Medical Science Universities and Research Centers, Nation studies on Librarianship and information organization. Volume 25, Issue 4 (100), pp.130-143

Norzieiriani Ahmad Azizah Omar T. Ramayah, (2010). Consumer lifestyles and online shopping continuance intention", Business Strategy, Series, Vol. 11 Iss 4 pp. 227 - 243

N-Wulff, G. and Ginman, M. (2004), "Explaining knowledge sharing in organizations through the 119–224). Cambridge: MIT Press.

Calhoun, C. J. (1980). Community: Toward a variable conceptualization for comparative research. Social History, 5, 105–129.

Castells, Manuel (2007). Information Age: Economy, society and Culture (the emergence of network society) translation of A. AligoLian, A. Khakbaz, Volume I, Fifth Edition, Tehran, press new plan.

Chen I Y L, Chen N S, Kinshuk S. (2009). Examining the factors influencing participants, knowledge-sharing behavior in virtual learning communities. Educational Technology & Society; 12(1): 134-148.

Chen, C. W., Chang, M. L., and Tseng, C. P. (2012). Human factors of knowledge-sharing intention among Taiwanese enterprises: A model of hypotheses. Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries.

Cohen, A. P. (1985). The symbolic construction of community, Chichester, UK: Ellis Horwood.

Dharmasiri A S, Kodeeswaran S. (2011). A study of knowledge sharing practices of civil society organizations in Sri Lanka. Sri Lankan Journal of Management; 16(1-2): 104-119

Elefant C. and N. Black, (2010). Social media for lawyers: The next frontier. Chicago: American Bar Association, 2010.

Elo, S. & Kyng¨s, H. (2008), "The qualitative content analysis process", Journal of Advanced Nursing, Vol. 62, No. 1, Pp. 107–115.

Entezari Ali; Amiri Maghsoud; Mortaji Najmeh –Sadat (2016). Knowledge-Sharing Behavior Model of Iranian Professionals in Cyberspace, Journal of New Media Studies, Volume 2, Issue 5, pp. 168-206

Eric L Ding; Marta R Prescott; Kathleen T Watson; Nancy Bui; Leila Makarechi; Daniel E Zoughbie (2006). Healthcare Knowledge Management: Issues, Advances and Successes edited by Rajeev Bali, Ashish Dwivedi Springer.p82

Fazeli, Mohammad. (2004). Consumption and lifestyle, Qom, Sobh-e Sadegh publication. Research Institute of Culture, Art and Communication

Fernback, J. (1999). There is a There ThereFnotes towards a definition of cyber community. In S. Jones (Ed.), Doing Internet Research Fcritical issues and methods for examining the Net. London: Sage Publications.

Fiesler, C. and Bruckman, A.S. (2014). Remixers' understandings of fair use online. Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing - CSCW '14, 1023–1032.

Given, L. M. (2008), The Sage encyclopedia of qualitative research methods, London: SAGE.

Hillis, K. (1997, April 18). Information Technologies, Subjectivity and Space: Virtual Reality and Social Relations. Text ofSpeech, Geography Lecture Series, University of Colorado, Boulder.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

Vanden Hooff, B., & deRidder, J. A. (2004). K now ledge sharing in context: Theinfluence of organizational commitment, communication climate and CM C use on knowledge sharing. Journal of Knowledge Management, 8(6), 117-130.

Wahlroos, J.k., (2010). Social media as a form of organizational knowledge sharing: A Case Study on Employee Participation at Wärtsilä. Master's Thesis, University of Helsinki, Helsinki. Retrieved: October 3, 2011, from helda. helsinki Available at:https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/24624/Thesis.Johanna.Wahlroos.pdf?sequence=1

Wang, Youcheng, Yu, Quaehee & R. Fesenmaier, Daniel (2002): Defining the virtual tourist community: implications for tourism marketing, www.elsevier.com.

Watson, N. (1997). Why we argue about virtual community: A case study of the phish.net fan community. In S. G. Jones (Ed.), Virtaul culture: Identity and communication in cyber society (pp. 102–132). London: Sage Publications

Zheng, W. (2010). A social capital perspective of innovation from individuals tonations: where is empirical literature directing us? International Journal ofManagement Reviews, 12(2), 151–183.

dimensions of social capital", Journal of Information Science, Vol. 30 No. 5, pp. 448-58.

Oliver, G. (2008), "Information culture: exploration of differing values and attitudes to information in organisations", Journal of Documentation, Vol. 64 No. 3, pp. 363-85.

Panteli, Niki (2009) Virtual Social Networks: Mediated, Massive and Multiplayer Sites, Palgrave Macmillan.

Przemyslaw A. Grabowicz1, Jose´ J. Ramasco, Esteban Moro, Josep M. Pujol, , Victor M. Eguiluz (2012) Social Features of Online Networks: The Strength of Intermediary Ties in Online Social Media, PLoS ONE, Volume 7 | Issue 1 | e29358.

Rad, G. P., Alizadeh[1], N., Miandashti, N. Z., and Fami, H. S. (2011). Factors Influencing Knowledge Sharing among Personnel of Agricultural Extension and Education Organization in Iranian Ministry of Jihad-e Agriculture. Journal of Agricultural Science and Technology, 13(4), 491-501.

Strauss A, Corbin J. (1998). Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage

Teh, P. L., Yong, C. C., Chong, C. W., and Yew, S. Y. (2011). Do the Big Five Personality Factors affect knowledge sharing behaviour? A study of Malaysian universities. Malaysian Journal of Library & Information Science, 16(1), 47-62.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]

Human Information Interaction. Vol. 3, No. 3
http://hii.khu.ac.ir
Original Article

Knowledge sharing behavior of Iranian experts in experts' social networks: Identification of indexes

Maghsoud Amiri: Professor of Allameh Tabataba'i University
Ali Entezari: Allameh Tabataba'i University
Najmeh Sadat Mortaji: Allameh Tabataba'i University, (Corresponding author). n_mortaji@yahoo.com

Abstract

Background and Aim: Due to the extensive use of knowledge intelligence, the future of countries depend on the application of specialized knowledge-based social networks. Thus, it is noteworthy to highlight the important role of the professionals. The key indicators of a model for knowledge sharing of Iranian experts, in experts' social networks has been identified.
Methods: For this purpose, experts were interviewed in depth using a semi-structured framework in the field of research (n = 15) as well as the Delphi method (n = 9) were used to collect data in research.
Results: Findings indicate that the main variable of knowledge sharing behaviors are divided into individual, group, and environmental indexes respectively. Components of the individual dimension of knowledge sharing includes motivation, ethicality, personality, ability, attitude towards knowledge sharing and psychological security. Group dimension of knowledge sharing include shared benefits, group structure and social capital; and finally environmental factors, including technological (beautiful graphics, user-friendly network, server security, the communication infrastructure), political-legal (Funding for R & D for cyberspace area, allocation of financial resources to develop the infrastructure, filtrating, laws relating to intellectual property, bandwidth regulations and laws of cyberspace), economic (The cost of Internet and diversity of online packages) socio-cultural (experts lifestyle and Iranian national character).
Conclusion. We can only come to a comprehensive and theoretical model in the field of knowledge sharing behavior of Iranian users when identify the definitions, concepts, dimensions and components of virtual space based on the conditions prevailing in the country.

Keywords: Knowledge sharing behavior pattern, Iranian professionals, Behavior indexes, Experts' social network, Exploratory qualitative method

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1395.3.3.5.3]