

نقش شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی در اشتراک دانش

امیر مهدی عنبری | انجلا حریری

چکیده

هدف: تعیین نقش شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی در اشتراک دانش میان کاربران این شبکه‌ها.

روش / رویکرد پژوهش: به روش پیمایشی تحلیلی و با استفاده از پرسشنامه ۳۷۰ نفر از کاربران فعال ۱۰ شبکه اجتماعی تخصصی وبی فارسی بررسی شدند.

یافته‌ها: هدف اصلی کاربران از عضویت در شبکه‌ها آشنایی با سایر فعالان و متخصصان حوزه‌های مورد نظر است. به‌طور کلی، عملکرد شبکه‌های داخلی در رفع نیاز اطلاعاتی کاربران، ترغیب آنان به مشارکت در اشتراک دانش، جلب اعتماد و اطمینان آنها، تأثیر در ارتقای سطح دانش تخصصی، و نقش در افزایش تعاملات این کاربران، متوسط رو به پایین ارزیابی شد. کاربران بزرگ‌ترین مشکل موجود در شبکه‌های اجتماعی داخلی را اطلاع‌رسانی نامناسب و ناشناس بودن این شبکه‌ها اعلام کردند.

نتیجه‌گیری: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تخصصی فارسی و اشتراک دانش، رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. لازم است اطلاع‌رسانی لازم در مورد شبکه‌ها انجام شود و در عین حال، کیفیت خدمات شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی به‌حدی ارتقاء یابد که تمایل افراد به اشتراک دانش در این شبکه‌ها را افزایش دهد.

کلیدواژه‌ها

شبکه اجتماعی، شبکه اجتماعی تخصصی، اشتراک دانش، وب ۲/۰، شبکه اجتماعی ایرانی

نقش شبکه‌های اجتماعی تخصصی وی بی فارسی در اشتراک دانش

امیرمهدی عنبری^۱

نجلا حریری^۲

دریافت: ۱۳۹۱/۰۸/۲۱

پذیرش: ۱۳۹۳/۰۶/۳۰

مقاله

دانش اساساً به وسیله انسان‌ها خلق می‌شود و تلفیقی از درک و تفکر با استفاده از اطلاعات است، در حالی که اطلاعات، مجموعه‌ای از داده‌های پردازش شده در زمینه‌ای خاص است. در دنیای کنونی، آن چیزی که برای ادامه حیات سازمان‌ها و موفقیت در رقابت‌های اقتصادی لازم است دانش است نه اطلاعات. زیرا اطلاعات به وفور در اطراف وجود دارد، اما اطلاعاتی که به دانش تبدیل شده است، از آنجا که سازمان یافته و پردازش شده است، به منظور رفع یک منظور خاص به کار می‌رود (شکفته، ۱۳۸۸). جاشاپارا^۳ (۲۰۰۴)، فرآیند مدیریت دانش را چرخه چهار حلقه‌ای شامل حلقه‌های خلق، سازماندهی، تبادل، و به کارگیری دانش می‌داند. بسیاری از دانشمندان به اهمیت حلقه تبادل دانش در فرایند اجرای مدیریت دانش اذعان دارند. اندیشمندان عرصه مدیریت دانش بر این باورند که شعار "دانش، قدرت است"، اکنون به صورت "اشتراک دانش، قدرت است" درآمده است. اشتراک دانش به معنی در دسترس گذاشتن اطلاعات و دانش جهت استفاده تک تک افراد است (حاج ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۸).

در مسیر اشتراک دانش در دنیای امروز، فناوری نقش به‌سزایی ایفا می‌کند. مدیریت دانش، بسیار فراتر از "فناوری" است، اما بی تردید "فناوری دانش" بخش مهمی از مدیریت دانش است. فناوری اطلاعات، امکان بیرون کشیدن دانش را از ذهن صاحب دانش فراهم می‌آورد. پس با فناوری می‌توان آن دانش را در قالب‌هایی منظم گنجاند و به دیگر اعضا و

۱. کارشناس ارشد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران؛ دانش‌آموخته MBA دانشکده فنی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

amirmehdi.anbari@gmail.com

۲. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران
nadjlahariri@gmail.com

3. Jashpara

شرکا در جهان منتقل کرد. فناوری، به رمزگذاری دانش و نیز گاهی خلق آن کمک می‌کند. فناوری‌هایی مثل نظام‌های مدیریت پایگاه رابطه‌ای، نظام‌های مدیریت اسناد، اینترنت، اینترنت، موتورهای کاوش، نظام‌های پشتیبانی عملکرد، نظام‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری، پست الکترونیک، ویدئو کنفرانس، بولتن‌های الکترونیکی، و گروه‌های خبری نقشی اساسی در مدیریت دانش دارند. البته فناوری اطلاعات، به‌خودی خود قلب مدیریت دانش نیست و دانش را به‌وجود نمی‌آورد، بلکه صرفاً نقش پشتیبان را ایفا می‌کند (عظاپور، ۱۳۸۸). خلق دانش، فعالیتی انسانی است و به‌همین دلیل، تمامی مزایا و معایب عملکرد بشری را نیز خواهد داشت. رویکرد ارائه خدمات دانش، ایجاد محیطی است که هم از لحاظ فرهنگی و هم از لحاظ فیزیکی، اشتراک دانش را آسان‌تر کند و مورد تشویق قرار دهد و به نیازهای تعریف‌شده مراجعان و فلسفه و راهبردهای سازمانی توجه شود. علاوه بر این، در دسترس بودن آسان کارشناسان اطلاعاتی/موضوعی در جمع دانشمندان اطلاعات و کارگزاران دانش، موجب تقویت فعالیت‌های جمع‌آوری و استفاده مؤثر از اطلاعات می‌شود. این ابتکارها سبب به‌وجود آمدن شبکه‌های غیررسمی دانش می‌شود که با شبکه‌های رسمی درون‌سازمانی، موازی هستند (ترنتن و مک کراکن، ۱۳۸۶). شبکه‌های اجتماعی وبی ابزارهایی مبتنی بر فناوری هستند که می‌توانند بسترهای مناسبی برای جریان دانش در میان افراد جامعه و اشتراک دانسته‌های آنها فراهم آورند.

واگنر و بلوجیو^۲ (۲۰۰۵) در پژوهشی به مقایسه گروه‌های بحث، ویکی‌ها، و بلاگ‌ها به‌عنوان سه ابزار فناورانه در خدمت مدیریت دانش محاوره‌ای^۳ پرداختند و نشان دادند که ویکی‌ها قوی‌تر از دو رقیب خود هستند، حال آنکه شبکه‌های اجتماعی، به‌خصوص در شکل تخصصی، تمامی ابزارهای ذکرشده را کم‌وبیش در درون خود داشته و در اختیار تک‌تک کاربران خود قرار می‌دهند. گروه‌های بحث، وبلاگ‌های شخصی و گروهی، و طرح موضوعات و بحث‌های موضوعی به‌شکل ویکی از قابلیت‌های یک شبکه اجتماعی کامل و دقیق است. می‌توان در یک نتیجه‌گیری ساده بیان کرد که شبکه‌های اجتماعی وبی می‌توانند ابزاری فناورانه و قدرتمند در خدمت مدیریت دانش، به‌ویژه اشتراک دانش باشند.

در ایران نیز با اینکه شبکه‌های اجتماعی خارجی برخی کاربران را به سمت خود جذب کرده‌اند، اما ایرانیان به‌تدریج به سمت شبکه‌های اجتماعی ایرانی تغییر مسیر داده‌اند (روزنامه ایران، ۱۳۸۷/۹/۵، ص ۱۵). چنان‌که اکبری تبار (۱۳۹۰) در مطالعه شبکه‌های اجتماعی دوره و یو^۴ اشاره می‌کند «جذابیت شبکه‌های اجتماعی در ایران از بسیاری از سایت‌های دیگر بیشتر است و با وجود فیلتر بودن برخی از این شبکه‌ها آمار مراجعه به آنها همچنان قابل توجه است. برخی از شبکه‌های اجتماعی فارسی نظیر «کلوب» در کشور ما با اقبال فراوان

1. Trenten & Mack Kraken
2. Wagner & Bolloju
3. Conversational Knowledge Management
4. Doreh.com & U24.com

کاربران مواجه بوده است». این شبکه‌ها با توجه به دسترس‌پذیری آسان و امکانات مناسبی که برای تبادل اطلاعات در میان کاربران دارند از ظرفیت لازم برای ایجاد بستری مناسب به‌منظور اشتراک دانش برخوردار هستند. با توجه به اینکه امروزه ابزارها و شکل‌های تبادل اطلاعات و اشتراک دانش میان افراد از شکل سنتی به‌شکل تعاملی اینترنتی تغییر شکل یافته است، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند نقش مؤثر و مفیدی در این دگرگونی ایفا کنند.

با وجود اهمیت شبکه‌های اجتماعی در روند ارتباطات و تبادل دانسته‌های کاربران، پژوهش‌های چندانی در زمینه شبکه‌های اجتماعی داخلی انجام نشده است. فقط در برخی پژوهش‌ها به جنبه‌هایی از ارتباطات شبکه‌ای پرداخته شده است. به‌طور مثال، پژوهش حریری و عباسی (۱۳۹۰) در مورد قابلیت‌های اینترنت سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران و نقش آن در مدیریت دانش از دیدگاه کاربران نشان داد که کاربران در زمینه اشتراک دانش در حد کمی نقش داشته‌اند و بین میزان مشارکت کارکنان و اعضای هیأت علمی تفاوت معناداری وجود نداشته است.

بهزادی و سنجی (۱۳۸۹) میزان دسترس‌پذیری، خلق، و اشاعه دانش را در پورتال‌های وزارتخانه‌های جمهوری اسلامی ایران بررسی کردند و نشان دادند که دسترس‌پذیری دانش ۲۶/۴ درصد، خلق دانش ۳۰ درصد، و اشاعه دانش ۲۲ درصد خدمات را پوشش داده است. همچنین، رتبه‌بندی میزان رعایت معیارهای مورد بررسی نشان داد که در زمینه دسترس‌پذیر کردن دانش، وزارتخانه‌های ارتباطات و صنایع و معادن در زمینه خلق دانش، وزارتخانه‌های اقتصاد، بهداشت و درمان و آموزش پزشکی، دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح و صنایع و معادن؛ و در زمینه اشاعه دانش، وزارت اقتصاد با بیشترین میزان رعایت معیارهای مورد بررسی (۴۱ درصد) رتبه نخست را به‌خود اختصاص داده است. قلیجان (۱۳۸۸) در پژوهشی بررسی نقش شبکه اجتماعی شکل گرفته در میان کارکنان شرکت مخابرات شیراز را به‌منظور اشتراک دانش بررسی کرد. براساس نتایج حاصل، بسیاری از کارکنان برای کسب اطلاع یا اطلاع‌رسانی درباره چگونگی انجام کارها هیچ‌گونه ارتباطی با دیگران نداشتند. اگرچه تراکم پایین نشانه‌ای از ضعف ارتباطات بود، اما با توجه به بزرگی شبکه، ضرورتی برای ارتباط همه کارکنان نیز وجود نداشت. در خارج از ایران پژوهشگرانی به بررسی شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. نعیف معروف^۱ (۲۰۰۵) در مورد شبکه‌های اجتماعی و اشتراک دانش در سازمان‌ها و بررسی ارتباطات میان گروه‌های مختلف سازمانی و ارتباط آنها با اشتراک انواع مختلف دانش نشان داد که روابط قوی تجاری میان افراد تأثیر بیشتری در اشتراک دانش عمومی و اختصاصی نسبت به روابط اجتماعی آنها دارد. کوئن^۲ و همکاران (۲۰۰۶) اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی را بررسی کردند و موفقیت‌های اخیر برخی از شبکه‌های اجتماعی مانند مای‌اسپیس،

1. Naif Marouf

2. Coenen

فردنستر، اورکات، لینکدین، ای کادمی، و اپن بی سی را نشان از گسترش شبکه‌های اجتماعی به سوی رسانه‌هایی مجازی دانسته‌اند. کوئن و همکارانش معتقدند که شبکه‌های اجتماعی را می‌توان با زمینه مدیریت دانش یکپارچه کرد و به عنوان شبکه‌هایی مطرح کرد که در آنها اشتراک گذاری دانش با دیگران مسئله‌ای کلیدی محسوب می‌شود. قابلیت‌های مباحثه تعاملی و معماری تعاملی شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در روند اشتراک دانش میان کاربران مفید واقع شود. همچنین، کوئن (۲۰۰۶) در پژوهش دیگری نگاهی چندسطحی به ساختار موجود در شبکه‌های اجتماعی بر خط و چگونگی نقش هر سطح در تسهیل به اشتراک گذاری دانش داشت. وی نشان داد که چگونه هر سطح تولید دانش در رابطه با فضاهای دیگر به شکلی پویا امکان اشتراک پایین به بالای اطلاعات درون گروه‌ها و بازخورد سایرین را فراهم می‌آورد. این فضا و تعاملات میان آنها چارچوبی را ارائه می‌دهد که در آن، درک درستی از به اشتراک گذاری دانش در شبکه‌های اجتماعی بر خط میان کاربران رخ می‌دهد.

در یک جمع‌بندی کلی از چارچوب نظری پژوهش می‌توان بیان کرد ابزارها و فناوری‌های اینترنت به خصوص پیشرفت به سوی ابزارهای وب ۲/۰ سبب شده است که استفاده از این قابلیت‌ها در کنار فعالیت‌های روزمره، تبدیل به یک فناوری مهم و اساسی جهت تعاملات متقابل و مدیریت و اشتراک دانش در سازمان‌ها، مؤسسه‌ها، و اجتماعات علمی و فرهنگی شود. در میان ابزارهای اینترنتی، ابزارهای تعاملی نقش پررنگ‌تری ایفا می‌کنند. از آنجا که خرد جمعی در شرایطی شکل می‌گیرد که افراد بتوانند به راحتی با یکدیگر تبادل نظر و عقیده کنند، ابزارهای شبکه‌سازی موجود در شبکه‌های اجتماعی، به خصوص گروه‌های بحث، وبلاگ‌ها، و ابزارهایی از این دست، قوی‌تر از سایر ابزارها خواهند بود. این ابزارها چون محدودیت‌های فیزیکی، زمانی، و مکانی سایر ابزارهای الکترونیک مانند اینترنت‌های درون سازمانی و نظام‌های مدیریت اطلاعات داخلی را ندارند، به راحتی در هر زمان و مکانی امکان تبادل اطلاعات و اشتراک دانش را برای افراد علاقه‌مند فراهم می‌کنند. نظر به ظرفیت بالقوه شبکه‌های اجتماعی برای تبادل دانسته‌های کاربران، پژوهش حاضر بر آن شد که با استفاده از نظر کاربران فعال شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی در ایران، نقش این شبکه‌ها را در روند اشتراک دانش ارزیابی کند و نشان دهد این فناوری در روند اشتراک دانش میان آنها چگونه و تا چه سطح اثرگذار بوده است و کدامیک از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی تخصصی فارسی، برای اشتراک دانش، بیشتر در معرض استفاده کاربران قرار دارند. بدین لحاظ در صدد پاسخگویی به این پرسش‌ها برآمد:

- ابزارها و قابلیت‌های اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی از

نظر کاربران کدام‌اند؟

- کاربران شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی از امکانات اشتراک دانش در این شبکه‌ها تا چه حد بهره می‌برند؟
 - شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی چگونه و تا چه سطح در اشتراک دانش تخصصی کاربران نقش دارند؟
 - کاربران شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی با چه مشکلاتی روبه‌رو هستند و چه پیشنهادهایی برای بهبود آنها دادند؟
- در این راستا، فرضیه زیر نیز به آزمون گذاشته شد:
- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی و اشتراک دانش تخصصی میان کاربران رابطه معناداری وجود دارد.

روش شناسی

روش پژوهش حاضر، پیمایشی تحلیلی است. جامعه پژوهش شامل کاربران فعال مراجعه‌کننده به شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی است که دانش استفاده از این شبکه‌ها، به‌خصوص ابزارهای اشتراک دانش، را دارند. این کاربران در شبکه‌های اجتماعی اغلب افراد متخصص، مدیران، کارشناسان، مشاوران، و افرادی بودند که در زمینه تخصصی خاصی فعالیت می‌کردند و اطلاعات کافی در آن زمینه موضوعی داشته یا به‌دنبال کسب اطلاعات در این زمینه خاص موضوعی بوده‌اند. کاربران فعال در این پژوهش به کاربرانی اطلاق می‌شود که حداقل هفته‌ای یک‌بار به پروفایل یکی از شبکه‌های اجتماعی داخلی خود سرکشی کنند. با توجه به گستردگی جامعه مورد مطالعه و ضرورت بهره‌مندی از نظرات افراد گوناگون و صاحب‌نظر، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی و خودگزیده استفاده شد. با توجه به در اختیار نداشتن چارچوب جامعه برای دسترسی مستقیم به افراد جامعه و به‌دلیل عدم همکاری بیشتر سایت‌ها به‌علت حفظ اسرار کاربران، تصمیم بر آن شد پرسشنامه‌ای روی وب قرار گیرد و سایت‌ها تحت عنوان یک ایمیل همکاری، پیوند مربوط را برای کاربران فعال خود ارسال کنند و کاربران به‌صورت خودگزیده به پرسشنامه پاسخ دهند.

بنابراین، نمونه‌گیری در این پژوهش به‌روش خودگزیده^۱ و به‌صورت غیراحتمالی^۲ صورت گرفت. نمونه خودگزیده شامل گروهی از موارد و معمولاً افراد است که خود را شخصاً برای شرکت در پژوهش انتخاب کرده‌اند. به‌طور مثال، ممکن است پژوهشگر با چاپ آگهی در نشریه‌ای حرفه‌ای از داوطلبان بخواهد که اطلاعات خاصی ارائه دهند یا به‌نوعی دیگر همکاری داشته باشند (پاول، ۱۳۸۵). با توجه به مکاتبات و مذاکرات صورت گرفته با مسئولان سایت‌های داخلی و تعریف مربوط به کاربر فعال، جامعه مورد بررسی به این

1. Self Selected Sample
2. Nonprobability Sampling

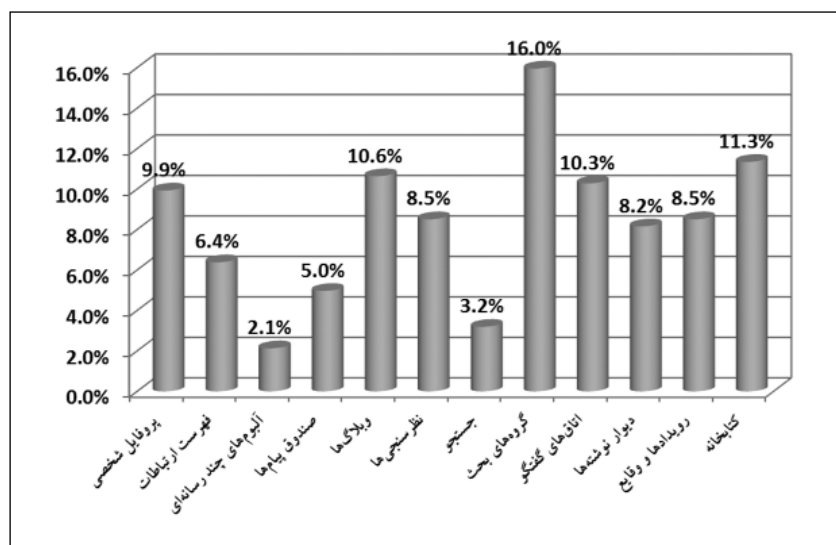
شرح است: کلوب Cloob، شبکه دانشجویان و استادان ایران؛ دوره Doreh، سایت مرجع متخصصان ایران Irexpert؛ شبکه اجتماعی متخصصان ایران یو ۲۴؛ جامعه مجازی متخصصان نونا Nofa؛ وبز Webzzz، شبکه اجتماعی مجازی پردیس من Mypardis؛ جامعه مجازی کودکان و نوجوانان ایران IEK؛ جامعه مجازی موسیقی ایرانیان Noteahang؛ و جامعه مجازی ایرانیان برای یافتن دوستان قدیمی Iran20 که در مجموع دارای ۱۳۷۰۰ کاربر فعال هستند. برای تعیین اندازه نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. ویژگی عمده این فرمول آن است که می‌توان اندازه جامعه را نیز در آن دخالت داد و به یک نمونه منطقی‌تر دست یافت (عمیدی، ۱۳۸۷). با استفاده از فرمول کوکران، اندازه نمونه به تعداد ۳۷۰ نفر تعیین شد. برای تمامی ۱۳۷۰۰ نفر پرسشنامه ارسال شد. گردآوری اطلاعات تا زمانی ادامه یافت که پرسشنامه توسط ۳۷۰ نفر از افراد جامعه تکمیل شد و پس از آن، روند گردآوری اطلاعات متوقف شد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه پژوهشگر ساخته‌ای است که روایی صوری و محتوایی آن مورد تأیید متخصصان کتابداری قرار گرفت. به منظور تأیید پایایی پرسشنامه، پس از گردآوری ۵۰ پرسشنامه آلفای کرونباخ آنها محاسبه شد و پایایی پرسشنامه با آلفای ۰/۸۵۴ تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی و تحلیلی با استفاده از نرم‌افزار SPSS16 استفاده شد.

یافته‌ها

براساس داده‌های استخراج شده از پرسشنامه‌ها، ۳۷۰ نفر تعداد کل پاسخ‌دهندگان، ۴۱/۶ درصد مرد و ۵۸/۴ درصد زن بودند. بیشترین رده سنی کاربران ۲۵ تا ۳۰ سال (۳۳ درصد) و کمترین توزیع رده سنی مربوط به محدوده بیش از ۴۵ سال (۴/۳ درصد) بود. ۶۰/۳ درصد پاسخ‌دهندگان مجرد بودند. بیشترین تعداد کاربران در مقطع دانشجوی کارشناسی ارشد (حدود ۳۲/۷ درصد) و کمترین مقدار در میان دانشجویان دکتری (حدود ۱/۴ درصد) بود. از نظر رشته تحصیلی بیشترین تعداد را حوزه علوم مهندسی (۴۰/۸ درصد) و کمترین تعداد را حوزه علوم انسانی (۱۶/۸ درصد) تشکیل می‌دادند. بیشترین درصد کاربران کارمند اداری (۶۳/۸ درصد) و کمترین درصد مدرسان (۲/۴ درصد) بودند. در مورد سمت سازمانی بیشترین درصد کاربران (۶۳/۸ درصد) را مدیران تشکیل می‌دادند. بیشترین میزان عضویت متعلق به شبکه یو ۲۴ (۲۳/۶ درصد) و کمترین مربوط به جامعه مجازی کودک و نوجوان (۵ درصد) بود. بیشترین درصد میزان مراجعه در اختیار بازه ۲ الی ۳ روز یک‌بار (۴۳ درصد) و کمترین متعلق به بازه یک‌بار در طول روز (۱۲ درصد) کاربران بود. در پاسخ به مهم‌ترین دلایل عضویت کاربران، بیشترین درصد متعلق به گزینه "آشنایی با سایر فعالان و متخصصان"

(۱۹/۴ درصد) و کمترین به صورت مشترک گزینه‌های "صرفاً جهت آگاهی" و "جهت چالش و بحث در زمینه‌های موضوعی خاص" بود. پرمخاطب‌ترین بخش‌ها، پروفایل‌ها (۱۶/۳ درصد) بودند و آلبوم‌های چندرسانه‌ای (۳/۹ درصد) کم‌بیننده‌ترین بخش‌ها از نظر کاربران را تشکیل می‌دادند.

۱. ابزارها و قابلیت‌های اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی



نمودار ۱. مهم‌ترین ابزارها و قابلیت‌های اشتراک دانش از نظر کاربران

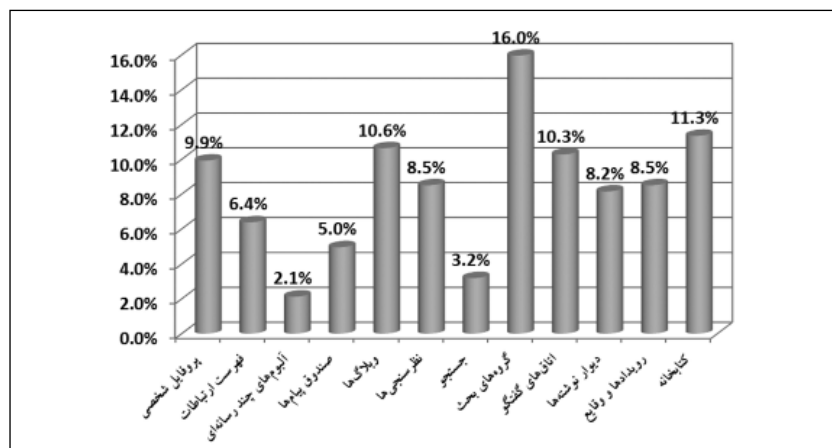
با توجه به نظر کاربران، گروه‌های بحث با ۱۶ درصد کل آراء، بیشترین نقش و آلبوم‌های چندرسانه‌ای با ۲/۱ درصد آراء، کمترین نقش را در اشتراک دانش در شبکه‌ها برعهده دارند.

۲. میزان بهره‌مندی کاربران شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی از امکانات اشتراک دانش

• میزان استفاده از اطلاعات موجود در شبکه‌ها: با استناد به نتایج استخراج شده از نمودار ۲، بیشترین درصد کاربران (۳۹/۲) در حد "متوسط" و کمترین درصد (۱/۴) در حد "بسیار زیاد" از امکانات اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی استفاده کرده‌اند.

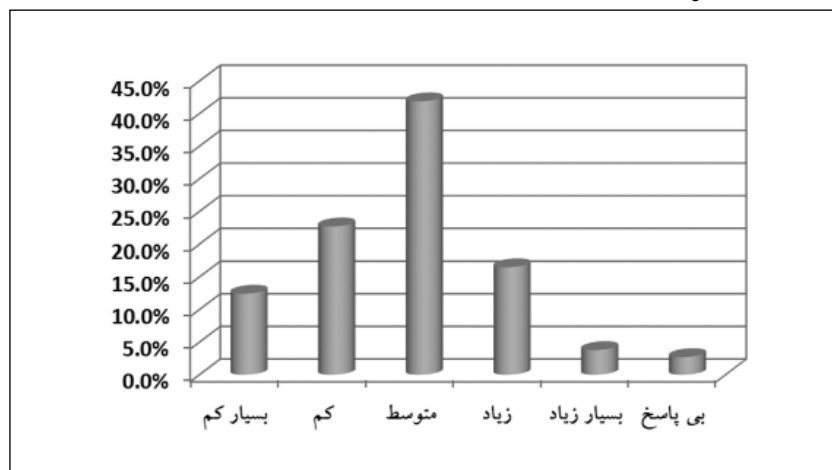
- تأثیر اطلاعات موجود در شبکه‌ها در پاسخگویی به نیاز اطلاعاتی: بیشترین درصد کاربران گزینه "متوسط" (۳۹/۲ درصد) را در مورد تأثیر اطلاعات شبکه‌ها در پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی کاربران انتخاب کرده‌اند. گزینه «بسیار زیاد» را هیچ‌یک از کاربران انتخاب نکرده است.
- میزان مشارکت کاربران در شبکه‌های اجتماعی: بیشترین درصد مشارکت مربوط به گزینه "کم" (۴۰/۸ درصد) و کمترین درصد مشارکت مربوط به گزینه "بسیار زیاد" (۳/۹ درصد) است.
- میزان مشارکت در تهیه، ارائه مطلب، و محتوا به منظور اشتراک دانش: بیشترین درصد مشارکت در تهیه و ارائه مطالب و محتوا به منظور اشتراک دانش در شبکه‌ها مربوط به گزینه "کم" (۳۸/۶ درصد) و کمترین درصد مشارکت مربوط به گزینه "بسیار زیاد" (۲/۴ درصد) است.
- اعتقاد و اطمینان به اشتراک دانش تخصصی از درگاه شبکه‌ها: بیشترین درصد پاسخ‌های کاربران در مورد اعتقاد و اطمینان به اشتراک دانش تخصصی از درگاه شبکه‌ها مربوط به گزینه "متوسط" (۳۱/۱ درصد) است. کمترین میزان مربوط به گزینه "بسیار زیاد" (۸/۶ درصد) نتایج است.

۳. نقش شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی در اشتراک دانش تخصصی کاربران



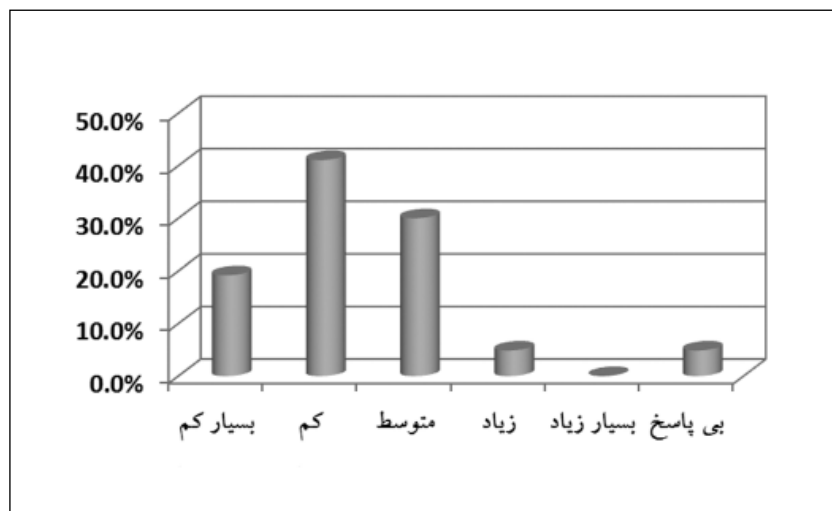
نمودار ۲. مؤثرترین بخش‌ها در اشتراک دانش از نگاه کاربران

در نمودار ۲ مشاهده می‌شود که مؤثرترین بخش در اشتراک دانش از نگاه کاربران فعال شبکه‌های داخلی، "گروه‌های بحث" و کم‌اثرترین بخش از نظر کاربران فعال، "آلبوم‌های چندرسانه‌ای" بوده است.



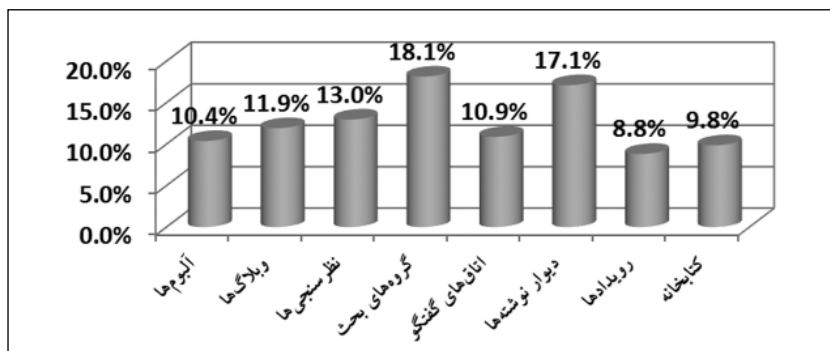
نمودار ۳. تأثیر شبکه‌ها در افزایش ارتباطات و تعاملات تخصصی

در نمودار ۳ مشاهده می‌شود، بیشترین درصد کاربران، تأثیر شبکه‌ها در افزایش ارتباطات و تعاملات تخصصی را "متوسط" برآورد کرده‌اند. کمترین درصد مربوط به گزینه "بسیار زیاد" بوده است.



نمودار ۴. تأثیر شبکه‌ها در ارتقای دانش تخصصی

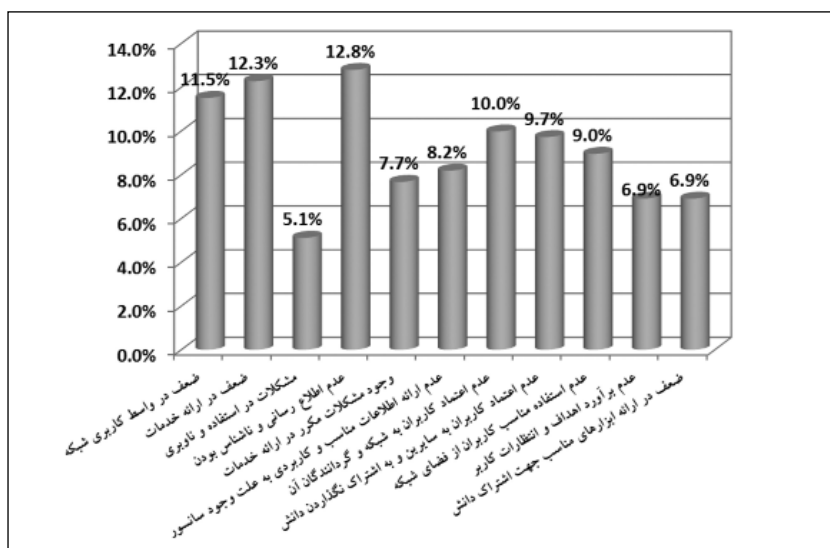
نمودار ۴ حاکی از این است که بیشترین درصد کاربران تأثیر شبکه‌ها در ارتقای دانش تخصصی را "کم" اعلام کرده‌اند. گزینه "بسیار زیاد" انتخاب هیچ‌یک از کاربران نبوده است.



نمودار ۵. میزان مشارکت در هر یک از بخش‌ها

در نمودار ۵ مشاهده می‌شود که بیشترین میزان مشارکت مربوط به گروه‌های بحث و کمترین میزان مشارکت مربوط به رویدادها و وقایع است.

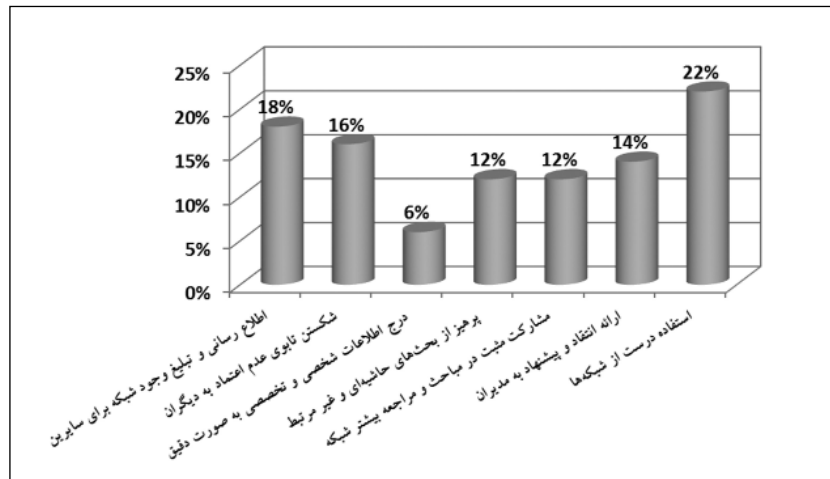
۴. مشکلات شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی و پیشنهادهایی برای بهبود آن



نمودار ۶. مشکلات شبکه‌های داخلی از دیدگاه کاربران

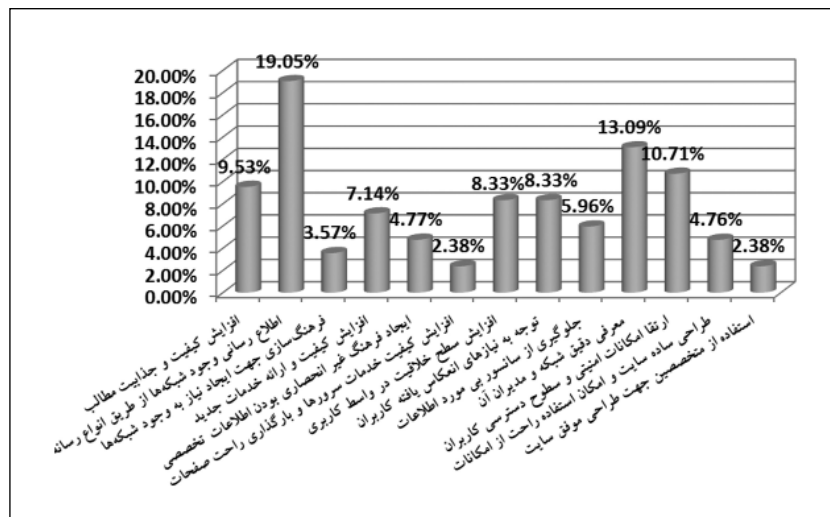
نمودار ۶ نشان می‌دهد که بیشترین میزان مشکلات شبکه‌های تخصصی وبی فارسی

از دیدگاه کاربران گزینه "عدم اطلاع رسانی مناسب و ناشناس بودن شبکه‌ها" و کمترین مشکلات مربوط به "مشکلات در استفاده و ناوبری" بوده است.



نمودار ۷. پیشنهادهای کاربران برای بهبود شرایط و امکانات شبکه‌های اجتماعی داخلی

با توجه به نمودار ۷، بیشترین درصد کاربران "استفاده درست از شبکه‌ها - حرکت به سمت اشتراک دانش تخصصی به جای صرفاً مراجعه جهت دوست‌یابی" را به عنوان اقدام کاربران جهت بهبود شرایط شبکه‌های اجتماعی وبی فارسی ذکر کرده‌اند.



نمودار ۸. پیشنهادهای مدیران برای بهبود شرایط و امکانات شبکه‌های اجتماعی داخلی

با توجه به نمودار ۸، پیشنهاد مدیران برای بهبود شبکه‌ها مربوط به "اطلاع‌رسانی وجود شبکه‌ها از طریق انواع رسانه‌ها" بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است. فرضیه پژوهش: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تخصصی ویبی فارسی و اشتراک دانش تخصصی میان کاربران آنها رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه دو متغیر، کیفی - ترتیبی هستند، برای اندازه‌گیری ضریب همبستگی آنها از ضریب همبستگی غیرپارامتری اسپیرمن^۱ استفاده شده است.

جدول ۱. نتایج آزمون همبستگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی تخصصی و اشتراک دانش تخصصی

ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد نمونه
۰/۴۲۵	۰/۰۰۰	۳۶۵

مقدار ضریب همبستگی ۰/۴۲۵ است و با توجه به مقدار سطح معناداری آزمون که برابر صفر است، فرض صفر رد می‌شود. یعنی بین دو متغیر، رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد و فرضیه اول پژوهش تأیید می‌شود. به عبارت دیگر، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تخصصی ویبی و اشتراک دانش تخصصی میان کاربران آنها رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد.

نتیجه‌گیری و بحث

با توجه به یافته‌ها مشخص شد که زنان بیشتر از مردان در شبکه‌های اجتماعی تخصصی ویبی حضور دارند و تقریباً نیمی از جامعه پژوهش را جوانان و افراد در حال تحصیل دربرمی‌گیرد. افراد مجرد بیش از افراد متأهل در این شبکه‌ها حضور دارند. همچنین، افراد رشته‌های علوم مهندسی بیشترین طیف فعال در شبکه‌ها را به خود اختصاص می‌دهند که نشان از علاقه بیشتر این گروه به مباحث مرتبط با اینترنت دارد. شاغلان اداری بیشترین میزان فعالیت را به خود اختصاص داده‌اند. به نظر می‌رسد مشاغل اداری فرصت و امکان دسترسی بیشتری به اینترنت و به دنبال آن، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی را در اختیار شاغلان اداری قرار می‌دهد. همچنین، از نظر سمت سازمانی با توجه به نوع مشاغل، همان‌طور که انتظار می‌رود، بیشترین میزان متعلق به مدیران اداری است. این امر مؤید این مطلب است که شبکه‌های اجتماعی تخصصی، با توجه به نیت و اهداف اصلی خود، محل مناسبی برای تبادل نظر، اشتراک دانش، تبلیغات، جستجو برای یافتن متخصصان، و محلی برای توسعه ارتباطات و تعاملات تخصصی است که بیش از همه مورد نیاز مدیران رشته‌های گوناگون است.

1. Spearman

بیشترین و کمترین سهم عضویت در شبکه‌های داخلی به ترتیب به شبکه "یو ۲۴" و "جامعه مجازی کودک و نوجوان" تعلق دارد. بیشترین درصد متعلق به افرادی است که با هدف "آشنایی با سایر فعالان و متخصصان حوزه مورد نظر" به این شبکه‌ها مراجعه می‌کنند. رتبه‌های بعدی متعلق به افرادی است که هدف "به اشتراک گذاردن دانش تخصصی" و "آشنایی با سایر حوزه‌های تخصصی مرتبط و بین‌رشته‌ای با حوزه فعالیت خود" به این شبکه‌ها مراجعه می‌کنند. پرکاربردترین و پربازدیدترین بخش‌های شبکه‌های اجتماعی داخلی از دید کاربران به ترتیب پروفایل شخصی، صندوق پیام‌ها، و امکانات جستجو و کتابخانه (هر دو با درصد مساوی) است.

مهم‌ترین قابلیت‌ها و امکانات اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی طبق نظر کاربران به ترتیب این ۵ مورد هستند: گروه‌های بحث، کتابخانه در صورت وجود در شبکه، وبلاگ‌ها، اتاق‌های گفتگو، و پروفایل کاربران. شبکه‌های اجتماعی به خودی خود با هدف اشتراک دانش به وجود نیامده‌اند، اما این شبکه‌ها به واسطه استفاده همزمان از چندین و چند قابلیت و ابزار محیط وب ۲/۰، به عنوان یک کارکرد اساسی جانبی، امکانات بالقوه اشتراک دانش را در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند.

در مورد میزان استفاده کاربران از اطلاعات تخصصی موجود در شبکه‌ها، ۹۱ درصد افراد معتقد بودند که میزان استفاده کاربران از اطلاعات تخصصی موجود در شبکه‌های اجتماعی داخلی، متوسط رو به پایین است. در مورد نقش اطلاعات موجود در شبکه‌ها در پاسخگویی به نیاز اطلاعاتی آنان در مجموع ۹۳/۸ درصد افراد معتقد بودند تأثیر اطلاعات موجود در این شبکه‌ها در پاسخگویی به نیاز اطلاعاتی آنان و کمک به پیشبرد اهداف کاری آنان متوسط رو به پایین است. میزان مشارکت کاربران در شبکه‌ها به منظور اشتراک دانش تخصصی از نظر ۹۰/۲ درصد پاسخ‌دهندگان تخصصی نیز متوسط رو به پایین بود. ارائه مطلب و محتوا در شبکه به منظور به اشتراک گذاردن دانش از نظر ۸۶/۵ درصد کاربران، متوسط رو به پایین بود. یافته‌های مربوط به اعتماد و اطمینان کاربران به اشتراک دانش خود از درگاه شبکه‌ها نشان داد که نزدیک به ۷۰/۲ درصد افراد معتقد بودند میزان اعتماد و اطمینان آنان نسبت به این اشتراک، متوسط و زیاد است که نشان از اعتماد نسبی کاربران به شبکه‌های اجتماعی دارد.

در مجموع، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که کاربران شبکه‌های اجتماعی داخلی به‌طور میانگین از امکانات اشتراک دانش شبکه‌های اجتماعی و از قابلیت‌هایی که به صورت غیرمستقیم به روند اشتراک آنها کمک می‌کند به میزان متوسط رو به پایین بهره می‌برند. نتیجه این امر می‌تواند هم در عدم ارائه امکانات مناسب و درخور توجه از سوی شبکه‌ها و هم در عدم استفاده مناسب کاربران از این امکانات باشد. به هر شکل، شبکه‌های داخلی نتوانسته‌اند

در حد مطلوبی کاربران خود را به استفاده از امکانات و خدمات خود ترغیب کنند؛ همچنین، در اطلاع‌رسانی و تبلیغ این امکانات قوی ظاهر نشده‌اند. نکته قابل توجه در این بخش، میزان اعتماد به نسبت بالای کاربران به اشتراک دانش از درون شبکه‌های داخلی است که جلب اعتماد کاربران از جانب شبکه‌ها و در عین حال، اعتماد کاربران به سایر کاربران عضو در شبکه‌ها را نشان می‌دهد. از این رو، می‌توان گفت شاید کاربران از امکانات اشتراک دانش شبکه‌های داخلی به میزان بالایی بهره نمی‌برند، اما میزان اعتمادشان به سایر اعضا و خود شبکه‌ها در بحث اشتراک دانش در حد متوسط رو به بالاست.

از نظر چگونگی و سطح تأثیر شبکه‌ها بر اشتراک دانش تخصصی، فعال‌ترین و مؤثرترین بخش‌ها در اشتراک دانش، از نگاه کاربران به ترتیب گروه‌های بحث، کتابخانه، و سپس وبلاگ‌ها ذکر شده بود. با توجه به درصد توزیع بسیار نزدیک در سایر بخش‌ها مانند پروفایل‌ها، اتاق‌های گفتگو، رویدادها و وقایع، و دیوارنوشته‌ها می‌توان نتیجه‌گیری کرد بخش‌هایی که خاصیت تعاملی دارند و کاربران در آنها علاوه بر استفاده از منابع و مطالب، امکان به اشتراک گذاردن مطالب و نظرات خود را دارند، جزو فعال‌ترین و مؤثرترین بخش‌ها برای اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی هستند. در رابطه با نقش شبکه‌ها در افزایش تعاملات و ارتباطات کاربران نیز یافته‌ها نشان داد به‌طور کلی ۷۷ درصد افراد تأثیر شبکه‌های داخلی را در این مورد متوسط رو به پایین برآورد کرده‌اند. این عدد نشان می‌دهد کاربران نتوانسته‌اند به میزان مؤثری از طریق شبکه‌ها تعاملات تخصصی خود را افزایش دهند و در عین حال، شبکه‌ها نتوانسته‌اند تأثیر زیادی بر این روند بگذارند.

در مورد تأثیر شبکه‌ها در ارتقای دانش تخصصی کاربران ۹۰/۲ درصد کاربران معتقد بودند این تأثیر در شبکه‌های داخلی متوسط رو به پایین است. شبکه‌ها با اینکه امکان بالقوه‌ای برای اشتراک دانش هستند، در این روند تأثیر مناسبی نداشته‌اند. با استناد به مجموع نتایج به‌دست‌آمده می‌توان گفت اگرچه شبکه‌های داخلی با ارئه ابزارها و امکانات مختلف برای کمک به اشتراک دانش تلاش می‌کنند، اما کاربران معتقدند این تأثیر، متوسط رو به پایین است. کاربران با مشارکت خود سعی در رفع این معضل دارند و نقش شبکه‌ها را متوسط رو به پایین می‌دانند.

همچنین یافته‌ها نشان داد کاربران بیشترین میزان مشکلات موجود را در عدم اطلاع‌رسانی مناسب و ناشناس بودن این شبکه‌ها ذکر کرده‌اند. همچنین، ضعف در ارائه خدمات در مقایسه با نمونه‌های خارجی با فاصله‌ای بسیار نزدیک در رتبه دوم و پس از آن ضعف در واسط کاربری شبکه در مقایسه با نمونه‌های خارجی در رتبه سوم قرار دارد. ناشناس بودن شبکه‌های داخلی و به‌خصوص ضعف در ارائه خدمات و واسط کاربری در

مقایسه با نمونه‌های خارجی سبب شده است کاربران این شبکه‌ها را در روند اشتراک دانش مؤثر ندانند. شاید شبکه‌های داخلی با اطلاع‌رسانی بهتر و سعی در رفع مشکلات خود بتوانند جایگاه مناسبی در روند اشتراک دانش کاربران به دست آورند.

کاربران مهم‌ترین وظیفه خود برای بهبود شرایط و امکانات شبکه‌های داخلی را استفاده درست از شبکه‌ها و حرکت به سمت اشتراک دانش تخصصی به جای صرفاً مراجعه جهت دوستیابی ذکر کرده‌اند. همچنین، اطلاع‌رسانی و تبلیغ وجود شبکه برای سایرین و تلاش در اشتراک دانش و شکستن تابوی عدم اعتماد به دیگران، ارائه انتقاد و پیشنهاد به مدیران برای ارتقای سطح کیفی خدمات و مشارکت مثبت در مباحث و مراجعه بیشتر و مستمر به شبکه‌های داخلی از موارد دیگری است که کاربران اشاره کرده‌اند. کاربران مهم‌ترین وظایف مدیران را اطلاع‌رسانی وجود شبکه‌ها از طریق انواع رسانه‌ها، معرفی دقیق شبکه‌ها و مدیران آنها به منظور کسب اعتماد کاربران و ارتقای امکانات امنیتی و سطوح دسترسی کاربران، افزایش کیفیت و جذابیت مطالب موجود در شبکه‌ها، و افزایش سطح خلاقیت در واسط کاربری شبکه‌ها عنوان کرده‌اند.

با توجه به یافته‌های فوق می‌توان گفت شبکه‌ای در ایران موفق خواهد بود که بتواند مجموعه نظرات ذکر شده را در بیشترین سطح امکان پیاده‌سازی و رعایت کند. در این صورت می‌تواند کاربرانی مشتاق، فعال، و متعهد را جذب کند و در روند اطلاع‌رسانی، فرهنگ‌سازی، ارتقای کیفیت خدمات، و گسترش سطح فرهنگی این شبکه یار و یاور مدیران و مسئولان شبکه‌ها باشد.

آزمون فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی و اشتراک دانش تخصصی میان کاربران آنها نشان داد بین دو متغیر رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. یعنی هر قدر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی بیشتر است، اشتراک دانش تخصصی میان کاربران آنها نیز بیشتر خواهد بود. برای توسعه اشتراک دانش تخصصی در محیط شبکه‌های اجتماعی علاوه بر رشد و توسعه قابلیت‌ها و امکانات اشتراک دانش پیشنهادهای زیر نیز قابل اجراست:

۱. گسترش فرهنگ اجتماعی در راستای افزایش استفاده و مشارکت کاربران در تهیه محتوا و اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی تخصصی فارسی؛
۲. اطلاع‌رسانی کافی در مورد شبکه‌های اجتماعی تخصصی فارسی؛
۳. تلاش در جهت ارائه خدمات در سطحی قابل مقایسه با نمونه‌های خارجی؛
۴. رفع مشکلات مربوط به رابط کاربر شبکه در مقایسه با نمونه‌های خارجی؛
۵. جلب اعتماد کاربران به شبکه‌ها و گرداندگان آنها که می‌تواند موجب افزایش انگیزه اشتراک دانش شود؛

۶. استفاده مناسب کاربران از شبکه‌های اجتماعی تخصصی فارسی؛ و
۷. ارائه اطلاعات مناسب و کاربردی در شبکه‌های اجتماعی تخصصی فارسی.

مآخذ

- اکبری تبار، علی اکبر (۱۳۹۰). مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی دوره و یو ۲۴. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- بهزادی، حسن؛ سنجی، مجیده (۱۳۸۹). بررسی میزان دسترس‌پذیری، خلق و اشاعه دانش در پورتال‌های وزارتخانه‌های جمهوری اسلامی ایران. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۲۷ (۱)، ۵-۲۷.
- پاول، رونالد (۱۳۸۵). روش‌های اساسی پژوهش برای کتابداران، ترجمه نجلا حریری. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- ترنتن، استیو؛ کریسی، مک کراکن (۱۳۸۶). نقش عامل انسانی در مدیریت دانش. ترجمه افسانه محسن‌زاده. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۰ (۱)، ۱۹۹-۲۱۱.
- حاج ابراهیمی، مهدی؛ حبیبی، شفیق؛ سلمانی ندوشن، ابراهیم؛ و دولانی، عباس (۱۳۸۸). بررسی تبادل دانش سازمانی و ابزارهای مورد استفاده در این فرآیند میان کتابداران کتابخانه‌های دانشکده‌ای دانشگاه علوم پزشکی تبریز و تأثیر فرهنگ سازمانی و نظام حقوق و پاداش بر آن. در محمد حسن‌زاده، امید فاطمی، و ابراهیم عمرانی، مجموعه مقالات مدیریت دانش و علوم اطلاعات: پیوندها و برهم‌کنش‌ها (۱۴۱ - ۱۶۲). تهران: کتابدار.
- حریری، نجلا؛ عباسی، سحر (۱۳۹۰). بررسی قابلیت‌های اینترنت سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران و نقش آن در مدیریت دانش. فصلنامه علوم و فناوری اطلاعات، ۲۷ (۱)، ۵۰۲-۵۲۰.
- شکفته، مریم (۱۳۸۸). مدیریت دانش شخصی پیش‌زمینه مدیریت دانش سازمانی. در محمد حسن‌زاده، امید فاطمی، و ابراهیم عمرانی، مجموعه مقالات مدیریت دانش و علوم اطلاعات: پیوندها و برهم‌کنش‌ها (۲۰۷ - ۲۲۷). تهران: کتابدار.
- عطاپور، هاشم (۱۳۸۸). بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر چرخه مدیریت دانش در کتابخانه‌های دانشگاهی (مطالعه موردی کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های تهران). در محمد حسن‌زاده، امید فاطمی، و ابراهیم عمرانی، مجموعه مقالات مدیریت دانش و علوم اطلاعات: پیوندها و برهم‌کنش‌ها (۲۷ - ۴۱). تهران: کتابدار.
- عمیدی، علی (۱۳۸۸). نمونه‌گیری: روش‌ها و کاربردها. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- قلیجان، عصمت (۱۳۸۸). استفاده از شبکه اجتماعی به منظور اشتراک دانش و مدیریت دانش. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه شیراز.

- نقشینه، وحید (۱۳۸۷/۹/۵). شبکه‌های اجتماعی. روزنامه ایران، شماره (۴۰۸۴)، پنجم دی ماه، ص ۱۵.
- Coenen, T., Kenis, D., Van Damme, C., & Matthys, E. (2006, January). Knowledge sharing over social networking systems: Architecture, usage patterns and their application. *In On the Move to Meaningful Internet Systems 2006: OTM 2006 Workshops* (189-198). Berlin Heidelberg: Springer.
- Coenen, T. (2006). Structural aspects of online social networking systems and their influence on knowledge sharing. *Proceedings Web Based Communities. San Sebastian, Spain*.
- Jashpara, A. (2004). *Knowledge management: An integrated approach*. Financial Times. Harlow: Prentice-Hall.
- Naif Marouf, L. (2007). Social networks and knowledge sharing in organizations: a case study. *Journal of Knowledge Management*, 11 (6), 110-125.
- Wagner, C., & Bolloju, N. (2004). Supporting knowledge management in organizations with conversational technologies: Discussion forums, weblogs, and wikis. *Journal of Database Management*, 16 (2), i-viii.

استناد به این مقاله:

عنبری، امیرمهدی؛ حریری، نجالا (۱۳۹۴). نقش شبکه‌های اجتماعی تخصصی وبی فارسی در اشتراک دانش. فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۲۶ (۳)، ۱۱۵-۱۳۲.