

Interpersonal Trust Factors Affecting Members' Knowledge Sharing Behavior in Virtual Communities

Fateme Keikha

M.S. in Electronic Commerce; Computer Engineering Department;
Faculty of Engineering; University of Zabol; Iran

Email: Keikha.f@gmail.com

Iranian Journal of
**Information
Processing and
Management**

Received: 02, Jul. 2017

Accepted: 19, Feb. 2018

Abstract: Virtual communities on the Internet, allows users to communicate, exchange information and share knowledge in order to meet their needs. Many of the virtual communities failed due to members' lack of willingness to share knowledge with each other. The main purpose of this research is to focus on the factors affecting interpersonal trust and investigate the effects of interpersonal trust on intention to knowledge sharing in virtual communities. Increase in interpersonal trust can increase motivation of virtual members in order to increase knowledge sharing. So, we need to understand the factors affecting interpersonal trust and knowledge sharing behavior of members. Based on the extensive literature review, a questionnaire-based survey was conducted and the experimental data were collected from 27 communities. So in this study, the effect of different factors, on interpersonal trust and impact of interpersonal trust on knowledge sharing intention was evaluated between 336 virtual community members. Data were analyzed using structured equation modeling, in order to test the measurement model using confirmatory factor analysis, and to test the structural model. Results indicated that interpersonal trust has a significant impact on intend to share knowledge among users of virtual communities and factors including ability, benevolence, integrity, predictability, competence, shared vision, knowledge growth, and Create personal connections have a positive influence on interpersonal trust. This study may help managers to manage virtual communities and promote the factors affecting interpersonal trust and stimulate the sharing of knowledge.

Keywords: Knowledge Sharing, Knowledge Management, Intention to Knowledge Sharing, Trust, Virtual Communities, Interpersonal Trust

Iranian Research Institute
for Information Science and Technology
(IranDoc)

ISSN 2251-8223

eISSN 2251-8231

Indexed by SCOPUS, ISC, & LISTA

Vol. 34 | No. 1 | pp. 275-300

Autumn 2018



عوامل اعتماد بین فردی مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در جوامع مجازی

فاطمه کیخا

کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک؛
گروه مهندسی کامپیوتر؛ دانشکده فنی و مهندسی؛
دانشگاه زابل | Keikha.f@gmail.com



دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۱۱ | پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۳۰ | مقاله برای اصلاح به مدت ۳۹ روز نزد پدیدآوران بوده است.

فصلنامه | علمی پژوهشی
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
(ایرانداک)
شابا (جایی) ۲۲۵۱-۸۲۲۳
شابا (الکترونیکی) ۲۲۵۱-۸۲۳۱
نمایه در SCOPUS، ISC، LISTA، و jipm.irandoc.ac.ir
دوره ۳۴ | شماره ۱ | صص ۲۷۵-۳۰۰
پاییز ۱۳۹۷



چکیده: جوامع مجازی در اینترنت امکان برقراری ارتباط، تبادل اطلاعات و به اشتراک گذاری دانش را جهت تأمین نیازهای کاربران فراهم می‌آورد. بسیاری از جوامع مجازی به علت عدم تمایل اعضا برای اشتراک دانش با یکدیگر شکست خوردند. هدف اصلی این پژوهش، تمرکز بر عوامل مؤثر بر اعتماد بین فردی و بررسی تأثیر اعتماد بین فردی بر تمایل به اشتراک دانش در جوامع مجازی است. افزایش اعتماد بین فردی می‌تواند انگیزه افراد مجازی را در جهت اشتراک دانش افزایش دهد. بنابراین، به درک عوامل مؤثر بر اعتماد بین فردی و رفتار اشتراک دانش اعضا نیاز داریم. بر اساس بررسی گسترده ادبیات، یک نظرسنجی مبتنی بر پرسشنامه انجام شد و داده‌های تجربی از ۲۷ جامعه مجازی جمع‌آوری گردید. بنابراین، در این پژوهش تأثیر عوامل مختلف، بر اعتماد بین فردی و تأثیر اعتماد بین فردی بر قصد اشتراک دانش بین ۳۳۶ عضو جوامع مجازی ارزیابی شد. جهت سنجش مدل اندازه‌گیری با استفاده از تحلیل عامل تأییدی و سنجش مدل ساختاری، داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان می‌دهد که اعتماد بین فردی به میزان قابل توجهی قصد اشتراک دانش را در بین کاربران جوامع مجازی تحت تأثیر قرار می‌دهد و عواملی مانند توانایی، خیرخواهی، صداقت، قابل پیش‌بینی بودن، شایستگی، دیدگاه مشترک، رشد دانش و ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی همگی بر افزایش اعتماد بین فردی اعضای مجازی تأثیر مثبت دارند. این مطالعه می‌تواند به مدیران جوامع مجازی برای مدیریت جوامع مجازی و ترویج این عوامل مؤثر بر اعتماد بین فردی برای تحریک تمایل اعضا به اشتراک دانش در آن جامعه مجازی کمک کند.

کلیدواژه‌ها: اشتراک دانش، مدیریت دانش، تمایل به اشتراک دانش، اعتماد، جوامع مجازی، اعتماد بین فردی

۱. مقدمه

اشتراک دانش فرایندی است که در آن دانش توسط اشخاص و یا گروه‌ها در سازمان انتقال می‌یابد تا برای توسعه خدمات، محصولات و یا فرایند جدید و حل مشکلات و توسعه ایده‌های جدید به کار گرفته شود (Van Den Hooff et al. 2004; Yao, Tsai, & Fang 2015). در واقع، به اشتراک گذاری دانش فرایند ارتباط بین افراد و انتقال و کسب دانش است (Yao, Tsai and Fang 2015). اعتماد یکی از مسائل مهم در مدیریت دانش است؛ زیرا سبب ایجاد جو مثبت و افزایش جریان دانش می‌شود و یک عامل کلیدی در تبادل دانش است (Adler 2001; Davenport & Prusak 1998; Hung, Lai & Chou 2015; Janz & Prasarnphanich 2003; Nonaka 1994).

بیشترین بحث در فرایند مدیریت دانش در ارتباط با اعتماد، بحث اشتراک دانش است. در واقع، برای این که افراد دانش خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند باید به هم و یا به سازمان خود اعتماد داشته باشند (Ford 2004). اعتماد وقتی ایجاد می‌شود که تاریخچه‌ای از تعاملات مطلوب گذشته منجر به انتظارات مثبت از تعاملات آینده شود (Chen & Hung 2010). در روابط دارای اعتماد تبادل دانش بیشتری صورت می‌گیرد و زمانی که سطح اعتماد بالاتر رود، مردم تمایل بیشتری به ارائه دانش مفید خود و همچنین، تمایل بیشتری نیز به گوش دادن و کسب دانش دارند (Chai & Kim 2010; Levin & Cross 2004; Shapin 1988). همچنین، اعتماد مهم‌ترین پیش فرض برای تبادل دانش و یک شرط لازم برای اشتراک دانش ضمنی است (Rolland & Chauvel 2000; Ford 2004).

اعتماد بین فردی یک عامل مهم و حیاتی در مؤثر بودن فعالیت‌های اشتراک دانش است (Chen & Hung 2010). تحقیقات نشان می‌دهد که اعتماد بین افراد و اعتماد به سیستم بر قصد اشتراک دانش مؤثر است (Hsu, Chang & Yen 2011). فرایند اشتراک دانش بسیار دارای اهمیت است و اعتماد در به وجود آمدن آن بسیار مهم است، اما تنها پس از ایجاد اعتماد دوطرفه اتفاق می‌افتد (Andrews & Delahaye 2000). اعتماد بیشتر اعضا به یک گروه، تقویت اشتراک دانش بین آن‌ها را در پی دارد. در واقع، اشتراک دانش نتیجه اعتماد است (Seo et al. 2016). اعتماد بین فردی به حذف موانع مقاومت در برابر به اشتراک گذاری دانش کمک می‌کند (Levin & Cross 2004). اعتماد، رابطه مبادله اطلاعات بین افراد را ایجاد و حفظ می‌کند و این منجر به اشتراک گذاری دانش با کیفیت خوب می‌شود

(Chiu, Hsu & Wang 2006).

اینترنت هر روزه منجر به گسترش جوامع مجازی می‌شود. همچنین، به دلیل افزایش مشارکت و فعالیت افراد در انواع مختلف جوامع مجازی برای موفقیت در محیط‌های کاری رقابتی، تبادل اطلاعات و دانش در جوامع مجازی در حال افزایش است (Lin, Hung & Chen 2009). هر جامعه مجازی، یک فضای مجازی است که توسط فناوری اطلاعات پشتیبانی می‌شود و افراد را به صورت مجازی گرد هم می‌آورد. اما به دلایل مختلف ممکن است سطح اشتراک دانش بین آن‌ها به میزان مورد انتظار نباشد (Hsu et al. 2007). در جوامع برخط، اعتماد به عنوان یکی از عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری کاربران برای اشتراک دانش، نقش مهمی در افزایش تبادل اطلاعات میان اعضای آن جامعه دارد (Chai & Kim 2010). در تحقیقات گذشته مشخص شده است که اشتراک دانش و جوامع مجازی در موفقیت مدیریت دانش تأثیرگذار هستند (Lin, Hung and Chen 2009). اما رابطه بین اعتماد بین شخصی و تمایل به اشتراک دانش در جوامع مجازی به صورت شفاف مشخص نیست. این مطالعه به بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی و تأثیر این اعتماد بر اشتراک دانش بین افراد آن جامعه می‌پردازد. این مقاله به این صورت سازمان‌دهی شده است: ابتدا، اعتماد بین فردی، جوامع مجازی و اشتراک دانش در جوامع مجازی به عنوان پیش‌زمینه تئوری توصیف و فرضیات تحقیق ایجاد شده‌اند. سپس، متدولوژی تحقیق و آنالیز داده‌ها توصیف شده است و در نهایت، بحث ارائه شده است.

۲. پیشینه پژوهش

اعتماد بین فردی

یکی از تعاریف مشهور در بحث اعتماد تمایل یک طرف به در معرض آسیب قرار گرفتن از طرف مقابل است، بر اساس این انتظار که طرف مقابل اقدام خاصی را برای اعتمادکننده انجام می‌دهد، صرف نظر از این که می‌توان بر اعمال آن طرف کنترل یا نظارت داشت (Mayer, Davis and Schoorman 1995; Levin & Cross 2004). ارزش اعتماد در شرایط نامعلوم و ریسک مشخص می‌شود (Wu, Chen & Chung 2010) و بخشی از روابط بین افراد، بحث اعتماد است. بنابراین، اعتماد برای هر فرد و هر رابطه‌ای متفاوت است (Schoorman, Mayer & Davis 2007). اعتماد به عنوان یک شرط مهم برای موفقیت در مدیریت دانش است (Ford 2004) و بنابراین، به این دلیل که اعتماد نقش کلیدی در

موفقیت مدیریت دانش دارد، شناخت این که چه مواردی باعث رشد اعتماد در بین افراد یک سازمان می‌گردد، برای مدیران بسیار مهم است (همان). اعتماد، ساختار پیچیده‌ای با سطوح، پایه‌ها و عوامل تعیین‌کننده تشکیل می‌دهد و اعتمادهای متفاوت ناشی از زیرساخت‌هایی مانند قابل پیش‌بینی بودن، همکاری، و اعتماد به نفس است (Ford 2004; Mayer, Davis and Schoorman 1995). علاوه بر وجود زمینه‌های مختلف اعتماد، انواع مختلف اعتماد نیز وجود دارد. بین اعتماد شخصی و غیر شخصی تفاوت وجود دارد، اعتماد شخصی بر پایه تعامل شخص با شخص است؛ در حالی که اعتماد غیر شخصی بر پایه یک موقعیت است (برای مثال، عناوین شغلی، دفاتر کاری) و نه یک شخص حقیقی (Ford 1994; Morris & Moberg 2004). اعتماد بین فردی ویژگی اصلی یک رابطه است که ایجاد و به اشتراک‌گذاری دانش در شبکه‌ها را ترویج می‌کند (Abrams et al. 2003).

در ادبیات اعتماد، بین اهداف اعتماد تفاوت دیده می‌شود. معمول‌ترین انواع شناخته‌شده اعتماد، اعتماد بین شخصی و اعتماد سازمانی است. اعتماد بین شخصی به این معناست که اعتمادشونده (فرد مورد اعتماد) بدون در نظر گرفتن موقعیت شغلی و عنوان، یک فرد است و اعتماد سازمانی زمانی است که اعتمادشونده یک سازمان می‌باشد (Ford 2004). اشتراک دانش درون و بین تیم‌ها اهمیت حیاتی برای سازمان‌ها دارد (Renzl 2008). اگر اعتماد بین فردی وجود داشته باشد، افراد تمایل بیشتری به اشتراک گذاشتن دارند (Ford 2004). نتایج مقاله «ونگ و چانگ» نشان می‌دهد که اعتماد بین فردی اثرات غیرمستقیم زیادی در قصد اشتراک دانش میان کارکنان دارد (Wang & Chang 2015). نتایج مقاله «فانگ و چو» نشان می‌دهد که چهار بُعد توزیع‌کننده، رویه‌ای، بین فردی، و عدالت اطلاعاتی هر دو نوع اعتماد به اعضا و اعتماد به مدیریت را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Fang & Chiu 2010). اعتماد بین فردی در واقع، تمایل یکی از طرفین برای وابستگی به طرف دیگر همراه با احساس امنیت نسبی است (حتی اگر عواقب منفی امکان‌پذیر باشد) (McKnight, Chervany & Cummings 1996). در طیف وسیعی از زمینه‌ها محققان دریافته‌اند که اعتماد بین فردی بسیار حیاتی است. به عبارت دیگر، اعتماد بین فردی دلیل اصلی این مسأله است که چرا نزدیک‌بودن روابط کاری در سازمان‌ها سبب انتقال بهتر دانش می‌گردد (Abrams et al. 2003).

پاسخ به این سؤال که اعتماد بین فردی چه تأثیری بر اشتراک دانش دارد، مهم است. به علاوه، باید به این سؤال پاسخ داد که اعتماد بین فردی چگونه شکل می‌گیرد. عوامل

مختلف تأثیر گذار بر اعتماد در پژوهش‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. عوامل محیطی و زمینه‌ای و خصیصه‌های ارتباطی قابل انعطاف از جمله زبان مشترک و دیدگاه مشترک از عوامل سازنده اعتماد هستند (Renzi 2008). «میشرا و مورسی» عوامل مؤثر بر اعتماد را ارتباطات باز، درگیر شدن در تصمیم‌گیری، اشتراک گذاشتن اطلاعات حیاتی، اشتراک احساسات و ادراکات می‌دانند (Mishra & Morrissey 1990). تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که کیفیت سیستم و کیفیت طراحی رابط به‌طور معناداری بر رضایت و اعتماد مشتریان وبسایت‌ها مؤثر است (جمشیدی و تهرانی ۱۳۹۴). همچنین، توانایی^۱ اعتمادشونده، درک نیک‌خواهی^۲ اعتمادشونده، درک درستی^۳ اعتمادشونده و تمایل^۴ اعتمادکننده به اعتماد را عوامل تعیین‌کننده در اعتماد می‌دانند (Mayer, Davis and Schoorman 1995). سه عامل تعیین‌کننده دیگر برای اعتماد سازمانی، پیوستگی گروه کاری، مرکزیت آشنایی و اطلاعات دریافتی از جامعه هستند (Gilbert & Tang 1998). همچنین، باور به قابل اعتماد بودن شخص دیگر در ادبیات اعتماد، باور به این است که شخص دارای ویژگی‌هایی مانند خیرخواهی^۵، صداقت، شایستگی^۶، و قابل پیش‌بینی بودن^۷ است (McKnight, Chervany and Cummings 1996).

جوامع مجازی

جامعه مجازی در واقع، گروهی از مردم با علائق و مهارت‌های مشترک است که برای مدتی از طریق یک مکان و یا مکانیزم مشترک در اینترنت با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند (Ridings, Gefen & Arinze 2002; Yao, Tsai and Fang 2015). جامعه مجازی ممکن است یک اتاق گفت‌وگو، تابلو اعلانات و یا برنامه ایمیل یا انجمن برخط باشد که مردم به‌صورت رسمی و یا غیررسمی در آن عضو هستند و اعضا در آن به تبادل اطلاعات، دانش و منابع می‌پردازند و تعاملات آن‌ها به‌صورت الکترونیکی است (همان). افراد جوامع مجازی از طریق یک رسانه ارتباطی، مانند یک تابلوی اعلانات یا یک گروه خبری با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند (Chen & Hung 2010).

امروزه، اینترنت از طریق جلسات برخط امکان تبادل اطلاعات و اشتراک دانش بین شرکا را بدون ملاقات آن‌ها امکان‌پذیر می‌کند و هر روزه، افراد بیشتری از طریق

1. ability

2. charity

3. Integrity

4. willingness

5. benevolence

6. competence

7. predictability

مشارکت در جوامع مجازی به کسب اطلاعات و حل مشکلات خود می‌پردازند (Hsu et al., 2007). سایت‌های جوامع مجازی محیطی را برای تولید ارزش، اطلاعات و دانش و اشتراک آن‌ها میان اعضا ایجاد می‌کنند (Yao, Tsai and Fang 2015). در واقع، جامعه مجازی نگران روابط اجتماعی بین اعضای خودش است. مقاله «اسکورمن، مایر و دیویس» روی جوامع مجازی حرفه‌ای تمرکز کرده است که افراد با علائق مشترک در یک موضوع خاص را برای اشتراک دانش گرد هم می‌آورد (Schoorman, Mayer and Davis 2007). انتظار می‌رود جوامع مجازی که در اینترنت شکل گرفته‌اند، کاربران را قادر به برقراری ارتباط، کسب اطلاعات و به اشتراک گذاری دانش سازد (Lin, Hung and Chen 2009; Schoorman, Mayer and Davis 2007).

پژوهش «انبارکی، جوکار و ابراهیمی»، عوامل مؤثر بر تمایل پژوهشگران به اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی علمی پیوسته را مورد بررسی قرار داده و یافته‌های تحقیق آن‌ها نشان داد که از بین عوامل مؤثر بر تمایل پژوهشگران به اشتراک دانش، عوامل چشم‌انداز مشترک، اطمینان در اشتراک گذاری و عمل متقابل بیشترین تأثیر را دارند (۱۳۹۶).

اعتماد بین فردی در جوامع مجازی

امروزه، تبادل سریع اطلاعات و دانش از طریق جوامع مجازی، به سرعت سبک زندگی را تغییر داده است و اعضای جامعه، ایده‌ها و نظراتشان را به اشتراک می‌گذارند. افراد برای حل مشکلات، بهبود و ارتقای ظرفیت فردی و بسیاری موارد دیگر، در جوامع مجازی مشارکت می‌کنند. اعتماد از ضروریات اشتراک دانش در اینترنت است. بدون اعتماد بین فردی، همکاری لازم برای موفقیت اشتراک دانش دشوار و یا غیرممکن خواهد بود (Chen & Hung 2010). اعتماد به‌ویژه در رفتارهای ارادی مانند به اشتراک گذاری دانش در یک جامعه مجازی دارای اهمیت است (Chiu et al., 2006). ایجاد رابطه و اعتماد بین اعضای یک جامعه مجازی، حیاتی است (Yao et al. 2015). اعتماد بین شخصی، به اشتراک گذاری دانش خود کارآمد و مزایای نسبی درک‌شده بر رفتارهای اشتراک دانش تأثیرگذار است (Chen & Hung 2010).

مهم‌ترین چالش در تسهیل جامعه مجازی، حفظ عرضه مستمر دانش از سوی اعضای آن جامعه است (Hung et al. 2015). به اشتراک گذاری دانش در میان شرکت کنندگان در جامعه مجازی، برای جذب و حفظ کاربران این اجتماعات مجازی، حیاتی است (Yao et

al. 2015). اعتماد بین فردی نقش مهمی را در استفاده از دانش، ارتقا جامعه و فعالیت‌های اشتراک دانش در جوامع مجازی بازی می‌کند (Chen & Hung 2010). در واقع، اعتماد، موانع اشتراک دانش را حذف خواهد کرد (Ardichvili, Page & Wentling 2003; Jin et al. 2015). تحقیقات جهت درک کامل تری از شکل‌گیری تمایلات در جوامع مجازی، به این نتیجه رسیده‌اند که اعتماد بین فردی، به شدت اشتراک دانش در جوامع مجازی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Hung, Lai, and Chou 2015). به‌عنوان مثال، مقاله (Chai & Kim 2010) نشان می‌دهد که رابطه مثبتی بین اعتماد بلاگرها و اشتراک دانش آن‌ها وجود دارد و یا مقاله «ریدینگز، گفن و آرینز» دو بعد توانایی و خیرخواهی/یکپارچگی از اعتماد را بررسی می‌کند و نشان می‌دهد که اعتماد بر قصد کاربران برای دریافت و دادن اطلاعات به جامعه مجازی مؤثر است (Ridings, Gefen and Arinze 2002).

اعتماد بین فردی که در نتیجه اعتقاد به توانایی، خیرخواهی و صداقت دیگران به وجود آمده باشد، تمایل به ارسال و دریافت اطلاعات را افزایش می‌دهد (Chen & Hung 2010). در واقع، رشد دانش پاسخ قابل فهم و دید مشترک در اعتماد بر افراد تأثیر مثبت دارد، در حالی که کیفیت دانش روی اعتماد به سیستم تأثیر دارد (Hsu et al. 2011). اعتماد به‌عنوان یک مجموعه از رفتارهای خاص شامل صداقت، خیرخواهی و توانایی طرف مقابل تعریف شده است (Chiu, Hsu and Wang 2006). همچنین، معروف‌ترین اجزای تشکیل‌دهنده اعتماد، خیرخواهی، درستکاری¹، شایستگی و قابل پیش‌بینی بودن است (McKnight, Chervany and Cummings 1996). برخی از پژوهش‌ها اعتماد را به‌عنوان اطمینان از خیرخواهی، توانایی، امانت‌داری و قابل پیش‌بینی بودن اعتمادشونده بیان می‌کنند (Gefen, 2000; McKnight and Chervany, 2002; D Harrison McKnight, 2001; Wu et al., 2010).

با توجه به تحقیقات قبلی در مورد عوامل مؤثر بر اعتماد بین فردی و تأثیر اعتماد بین فردی بر روی اشتراک دانش در جوامع مجازی و سازمان، تعدادی فرضیه شکل گرفتند. این فرضیات در مدل تحقیق ارائه شده‌اند. در ادامه، هر فرضیه به‌صورت مختصر توضیح داده شده است.

توانایی به معنای این است که فرد یا شرکت برای انجام برخی از رفتارهای مورد نظر شایستگی لازم را دارد (Wu, Chen and Chung 2010). مفهوم درک توانایی این است که اعتمادکننده اعتقاد دارد که طرف مقابل می‌تواند وظیفه خاصی را به‌درستی انجام

1. honesty

دهد (Levin, Whitener & Cross 2006). توانایی مربوط به یک زمینه خاص به این معناست که افراد و یا سازمان‌هایی که مهارتشان را در آن زمینه نشان داده‌اند، به احتمال زیاد قابل اعتماد هستند (Wu, Chen and Chung 2010).

فرضیه ۱: توانایی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تأثیر دارد.

درخواست برای اطلاعات یا مشاوره می‌تواند فرد را در مقابل دیگران آسیب‌پذیر کند. اعتماد مبتنی بر خیرخواهی به فرد اجازه می‌دهد که از همکارانش بدون ترس از صدمه به عزت نفس یا شهرت سؤال بپرسد (Abrams et al. 2003). خیرخواهی به این معناست که اعتمادکننده این برداشت را از رفتار اعتمادشونده دارد که تمایل دارد به برخی ارزش‌هایی دست یابد که در یک رابطه بدون پاداش مطلوب است. خیرخواهی از آنجا که بیانگر مهربانی و نوع دوستی است، نگرانی‌های مربوط به عدم اطمینان و فرصت‌طلبی را کاهش می‌دهد (Wu, Chen and Chung 2010). زمانی که اعتمادکننده اعتقاد دارد که طرف مقابل برای او اهمیت قائل است، در واقع، خیرخواهی طرف مقابل را درک کرده است (Hsu, Chang and Yen 2011). اعتماد مبتنی بر خیرخواهی روی دانش آشکار و ضمنی مؤثر است؛ زیرا اگر افراد فکر کنند که کسی می‌خواهد به آن‌ها ضرر برساند، در برابر هر آنچه که فرد مقابل می‌گوید، بدون توجه به ساده و یا پیچیده بودن مطلب مقاومت می‌کنند (Abrams et al. 2003).

فرضیه ۲: خیرخواهی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تأثیر دارد.

صداقت به معنای رفتار درست است و زمانی که یک فرد اعتمادکننده، صداقت طرف دیگر را باور می‌کند، به این معناست که اعتقاد دارد طرف دیگر به مجموعه‌ای از اصول قابل قبول متعهد است. همچنین، صداقت در محیط مجازی نیز به معنای پیروی از یک مجموعه اصول، قواعد و ارزش‌های عمومی است (Levin, Whitener & Cross, 2006; Wu, Chen and Chung 2010).

فرضیه ۳: صداقت بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تأثیر دارد.

قابل پیش‌بینی بودن به این معناست که اعتمادکننده اطمینان دارد که اعتمادشونده به موضوع وعده داده شده (مانند دستورالعمل‌ها) پای‌بند است. قابل پیش‌بینی بودن باعث کاهش عدم اطمینان و ریسک می‌شود (Wu, Chen and Chung 2010).

فرضیه ۴: قابل پیش‌بینی بودن بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تأثیر دارد.

شایستگی، اعتقاد به این است که طرف مقابل تخصص کافی برای ارائه راه حل را دارد. زمانی که فردی بر اساس شایستگی به فرد دیگر اعتماد می‌کند، به این معناست که اطمینان دارد که طرف مقابل می‌داند که درباره چه چیزی صحبت می‌کند و بنابراین، به او گوش می‌دهد و از او یاد می‌گیرد (Abrams et al. 2003).

فرضیه ۵: شایستگی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تأثیر دارد.

یک چشم‌انداز مشترک به این معناست که افراد اغلب در مورد رفتارها، سیاست‌ها و یا موارد دیگر نظر مشترکی دارند و سبب می‌شود که افراد در کنار هم قرار گیرند و به یکدیگر اعتماد کنند (Hsu, Chang and Yen 2011). چشم‌انداز مشترک در ایجاد اعتماد و انتقال دانش مؤثر است؛ زیرا افرادی که اهداف مشابه دارند، رابطه نزدیک‌تری را با یکدیگر ایجاد می‌کنند (Abrams et al. 2003).

فرضیه ۶: دیدگاه مشترک بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تأثیر دارد.

افراد می‌توانند تخصص خود را با ایجاد ارتباطات مناسب و آموختن از تجربیات دیگران افزایش دهند و زمانی که اعضا منافع مورد نظر خود را در این ارتباطات به دست آورند، به دیگر اعضا اعتماد می‌کنند. طبق تحقیقات گذشته رشد دانش یکی از پیش‌نیازهای اعتماد به دیگر افراد یک سازمان است (Hsu, Chang and Yen 2011).

فرضیه ۷: رشد دانش بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تأثیر دارد.

زمانی که افراد اطلاعات زندگی شخصی خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند، رابطه‌ای قوی‌تر و اعتمادی بیشتر بین آن‌ها ایجاد می‌شود. مردم بیشتر به افرادی اعتماد می‌کنند که علاقه بیشتری به اشتراک گذاری اطلاعات شخصی نشان می‌دهند و اغلب افراد در برابر افرادی که در برقراری ارتباط بسته عمل می‌کنند یا تنها به سؤالات روشن پاسخ می‌دهند، با احتیاط رفتار می‌کنند. در واقع، ارتباطات غیر کاری یک فرد را واقعی‌تر نشان می‌دهد و سبب اعتماد بیشتر بین افراد می‌شود (Abrams et al. 2003).

فرضیه ۸: ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تأثیر دارد.

اشتراک دانش در جوامع مجازی

بزرگ‌ترین چالش در ایجاد یک جامعه مجازی، عرضه دانش یعنی تمایل به

اشتراک‌گذاری دانش با دیگر اعضاست (Chiu, Hsu and Wang 2006). اشتراک دانش به معنای ارائه اطلاعات و دانش برای کمک به دیگران و همکاری با دیگران برای حل مشکلات، توسعه ایده‌ها یا اجرای سیاست‌ها و روش‌هاست (Seba, Rowley & Lambert 2012; Wang & Noe 2010). همچنین، فعالیت‌هایی که به مجموعه‌ای از افراد برای کار کردن با یکدیگر، تسهیل تبادل دانش، افزایش ظرفیت یادگیری سازمانی و افزایش توانایی برای رسیدن به اهداف فردی و سازمانی کمک می‌کنند، به‌عنوان اشتراک دانش شناخته می‌شود (Dyer & Nobeoka 2000; Seba, Rowley & Lambert 2012).

مطالعات مدیریت دانش نشان داده‌اند که در دسترس بودن، اشتراک دانش را تضمین نمی‌کند و اشتراک دانش در جوامع مجازی به موارد بسیاری وابسته است (Chen & Hung 2010). نتایج مطالعات گذشته نشان می‌دهد که خوداظهاری، شناخت مشترک و یادگیری اجتماعی بر رفتارهای اشتراک دانش تأثیر مثبت می‌گذارد و همچنین، نگرش افراد به اشتراک دانش بر رفتار اشتراک دانش آن‌ها تأثیر مثبت دارد (Bock & Kim 2001; Jin, Zhong and Zhai 2015). علاوه بر این، پشتیبانی شبکه‌های اجتماعی، اشتراک دانش در جامعه مجازی را بالا می‌برد و تبادل دانش میان دوستان را افزایش داده و احتمال توقف تبادل دانش را کاهش می‌دهد (Pan et al. 2015). همچنین، ظرفیت اجتماعی و اشتراک دانش رابطه مثبتی با وفاداری افراد جامعه مجازی دارد (Yao, Tsai and Fang 2015). ظرفیت اجتماعی، به اشتراک‌گذاری دانش فرد در جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد و اعتماد یکی از ارکان ظرفیت اجتماعی است (Chiu, Hsu and Wang 2006).

اعتماد به‌عنوان یک عامل اصلی در همه انواع روابط شناخته شده است (Gefen, Karahanna, & Straub 2003; Hsu, Chang and Yen 2011). اعتماد به همکاران و اعتماد به سرپرست بر اشتراک دانش تأثیر مثبت دارند و مردم بیشتر تمایل دارند که در یک محیط قابل اعتماد به یکدیگر کمک کرده و از دیگران درخواست کمک کنند (Hsu, Chang and Yen 2011; Ridings, Gefen and Arinze 2002; Seo et al. 2016). به‌طور کلی، افراد در محیط سرشار از اعتماد تمایل بیشتری به اشتراک دانش دارند (Hsu, Chang and Yen 2011). همچنین، اعتماد بر اثربخشی اشتراک دانش، مزیت نسبی درک‌شده و سازگاری درک‌شده تأثیر می‌گذارد و باعث تأثیر مثبت بر رفتار اشتراک دانش می‌شود (Lin, Hung and Chen 2009).

فرضیه ۹: اعتماد بین فردی بر قصد اشتراک دانش در جوامع مجازی تأثیر دارد.

۳. روش پژوهش

داده‌های مورد نظر جهت این پژوهش با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری می‌شود. در این بخش درباره نحوه جمع‌آوری داده‌ها و چگونگی ساخت پرسشنامه بحث می‌شود. داده‌های جمع‌آوری شده طی دو مرحله مدل اندازه‌گیری^۱ و مدل ساختاری^۲ تجزیه و تحلیل می‌شود.

نمونه و روش

از آنجا که این پژوهش بر جوامع مجازی تمرکز دارد، برای گرفتن اطلاعات و نظرات اعضای جوامع مجازی در زمینه عوامل مؤثر بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی و تأثیر آن بر تمایل اعضا به اشتراک دانش با استفاده از یک پرسشنامه برخط اقدام می‌شود. نظرسنجی مبتنی بر وب مزایایی را نسبت به نظرسنجی‌های سنتی، مانند هزینه کمتر و نرخ پاسخ بالاتر دارد (Hsu et al., 2007). در این تحقیق به این دلیل که موضوع اعضای جوامع مجازی بودند، از پرسشنامه مبتنی بر وب استفاده شد. برای این کار لینک پرسشنامه آماده‌شده از ماه می تا سپتامبر ۲۰۱۶ در جوامع حرفه‌ای مختلف قرار داده شد و هدف از این مطالعه به اعضای این جوامع توضیح داده شد، و از اعضایی که تجربه اشتراک دانش را داشتند درخواست گردید که در این نظرسنجی شرکت کنند. تحقیقات گذشته نشان داده‌اند که افرادی که داوطلبانه در پاسخ‌گویی به پرسشنامه مشارکت می‌کنند، پاسخ‌های روشن‌تر و کامل‌تری ارائه می‌دهند و اعتبار هر روش تحقیق به توانایی و تمایل داوطلبان برای ارائه پاسخ‌های معنادار وابسته است (همان).

در مجموع، ۳۵۲ بازدیدکننده تمامی بخش‌های پرسشنامه را تکمیل کردند. پس از حذف ۱۶ پاسخ ناقص، نمونه‌های پژوهش در مجموع به ۳۳۶ پاسخ مؤثر رسید. پرسشنامه به زبان فارسی آماده شده بود و تنها در جوامع مجازی ایرانی توزیع شد. نمونه‌ها از ۲۷ جامعه مختلف در ۹ نوع جامعه مجازی شامل سرگرمی، مهندسی، علم، کامپیوتر، علوم انسانی، تجارت، سلامت، سیاست و سایر جمع‌آوری شدند. جدول ۱، اطلاعات جمعیت‌شناسی پاسخ‌دهندگان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناسی پاسخ‌دهندگان

متغیرهای جمعیت‌شناسی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۰/۳۹
	مرد	۰/۶۱
سن	زیر ۲۰ سال	۱۶/۱
	۲۱ تا ۳۰ سال	۵۴
	۳۱ تا ۴۰ سال	۱۸۶
	۴۱ تا ۵۰ سال	۶۶
	بالای ۵۰ سال	۲۱
تحصیلات	زیر دیپلم	۲/۷
	دیپلم	۹
	لیسانس	۵۸
	فوق لیسانس و بالاتر	۱۴۴
تاریخچه عضویت	۱-۳ ماه	۱۶/۱
	۳-۶ ماه	۴۴
	۶ ماه تا ۱ سال	۵۶
	۱-۲ سال	۶۵
	۲-۳ سال	۶۲
	بیشتر از ۳ سال	۷۰
تاریخچه جامعه مجازی	۱-۳ ماه	۱۱/۶
	۳-۶ ماه	۹
	۶ ماه تا ۱ سال	۱۳
	۱-۲ سال	۲۳
	۲-۳ سال	۴۲
	بیشتر از ۳ سال	۸۳
نوع جامعه مجازی	مهندسی	۴۹/۴
	کامپیوتر	۱۶۶
	علم	۶۷
	انسانی	۵۴
	سرگرمی	۲۵
	کسب و کار	۲۸
	سیاست	۲۳
	سلامت	۲۲
	سایر	۲۸
		۸
	۲۷	
	۶۲	
	۱۸/۵	

همان‌گونه که در جدول ۱، مشاهده می‌شود، از مجموع ۳۳۶ نفر، در ارتباط با متغیر «جنسیت» بیشترین درصد فراوانی مربوط به جنس «مرد» (۶۱ درصد) بود. در ارتباط با متغیر «سن» بیشترین درصد فراوانی مربوط به سن «۲۱ تا ۳۰ سال» (۵۵/۴ درصد) و کمترین

درصد فراوانی مربوط به سن «بالای ۵۰ سال» (۲/۷ درصد) بود. از نظر «تحصیلات» بیشترین درصد فراوانی مربوط به مقطع تحصیلی «لیسانس» (۴۲/۹ درصد) و کمترین آن مربوط به مقطع «فوق لیسانس و بالاتر» (۱۶/۱ درصد) بود. در ارتباط با متغیر «تاریخچه عضویت» بیشترین درصد فراوانی مربوط به «۲ تا ۳ سال» (۲۰/۸ درصد) و کمترین درصد فراوانی مربوط به «بیشتر از ۳ سال» (۱۱/۶ درصد) بود. در ارتباط با متغیر «تاریخچه جامعه» بیشترین درصد فراوانی مربوط به «بیشتر از ۳ سال» (۴۹/۴ درصد) و کمترین درصد فراوانی مربوط به «۱ تا ۳ ماه» (۲/۷ درصد) بود. از نظر «نوع جامعه مجازی» بیشترین درصد فراوانی مربوط به «مهندسی» (۱۹/۹ درصد) و کمترین آن مربوط به «کسب و کار» (۶/۵ درصد) بود.

ابزار اندازه‌گیری

جهت دستیابی به اهداف این پژوهش، موارد مؤثر بر اعتماد بین فردی و اشتراک دانش از پژوهش‌های گذشته استخراج شده و متناسب با زمینه جوامع مجازی اصلاح شدند. بخش مربوط به تأثیر عامل توانایی بر اعتماد بین فردی از مقاله Wu, Chen and Chung (2010) جهت سنجش تأثیر توانایی دیگر کاربران بر افزایش اعتماد بین فردی اقتباس شد. موارد مربوط به تأثیر خیرخواهی و صداقت بر افزایش اعتماد بین فردی با استفاده از موارد معرفی شده در Smith et al. (2006) جهت شناسایی تأثیر این عوامل در جوامع مجازی آماده شد. موارد اندازه‌گیری تأثیر قابل پیش‌بینی بودن و شایستگی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی از مطالعه Wu & Tsang (2008) اقتباس شد. همچنین، موارد مربوط به تأثیر دیدگاه مشترک و رشد دانش بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی از مطالعه Hsu, Chang and Yen (2011) برداشت شده است. در نهایت، مواردی که تأثیر ایجاد ارتباط شخصی بر اعتماد بین فردی را بررسی می‌کنند از Abrams et al. (2003) اقتباس شده است. موارد لازم برای اندازه‌گیری اعتماد بین فردی و قصد به اشتراک‌گذاری دانش در جوامع مجازی از مطالعه Seba, Rowley and Lambert (2012) اقتباس شدند.

در دستورالعمل پرسشنامه، به پاسخ‌دهندگان توضیح داده شد که منظور از فعالیت‌های اشتراک دانش مواردی همچون ارسال نظرات شخصی در جامعه مجازی، آپلود موارد، ارائه نقد و اشتراک اطلاعات از طریق یک سیستم تابلوی اعلانات الکترونیکی است. برای معیارهای معرفی شده در این پژوهش، یک معیار هفت‌نقطه‌ای «لیکرت» در محدوده به‌شدت مخالف (۱)، نه موافق نه مخالف (۴) و به‌شدت موافق (۷) به کار گرفته شده است.

با استفاده از ۵ خبره در زمینه مدیریت دانش و فناوری اطلاعات، یک پیش‌آزمون پرسشنامه انجام شد تا سهولت درک، سازگاری منطقی، مناسب بودن ترتیب سؤالات و موارد دیگر ارزیابی شود. پاسخ‌ها، نظرات و ایده‌های آن‌ها منجر به چند مورد تغییر کلمات و عبارات سؤالات و ترتیب سؤالات شد. جدول ۲، پرسشنامه اصلاح شده را نمایش می‌دهد.

جدول ۲. خلاصه معیارهای اندازه‌گیری

عامل	میانگین	انحراف معیار	بار عاملی
توانایی (Wu, Chen and Chung (2010) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۹۰			
اعضا دانش کافی برای انجام کارها را دارند.	۶/۲۳	۱/۰۶	۰/۹۱
اعضا مهارت و تکنیک کافی را دارند.	۶/۳۱	۰/۹۱	۰/۸۸
دانش اعضای این جامعه مجازی کیفیت لازم را دارد.	۶/۲۵	۰/۹۸	۰/۹۶
خیرخواهی (Smith et al. (2006) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۸۲			
نیازها و خواسته‌های من برای اعضا خیلی مهم است.	۵/۸۰	۱/۱۴	۰/۹۳
اعضا آگاهانه کاری نمی‌کنند که به من ضربه بزنند.	۶	۱/۱۳	۰/۷۷
اعضا برای کمک به من قواعد را زیر پا می‌گذارند.	۵/۷۷	۱/۲۷	۰/۷۸
صداقت (Smith et al. (2006) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۸۹			
افراد این جامعه مجازی همواره به گفته‌های خود پای‌بند هستند.	۵/۹۹	۱/۱۸	۰/۸۹
اعضا به سختی تلاش می‌کنند که رفتارشان با دیگران عادلانه باشد.	۵/۹۳	۱/۰۷	۰/۸۰
به نظر می‌رسد که افراد این جامعه مجازی طبق اصول کار می‌کنند.	۵/۸۸	۱/۱۲	۰/۹۵
قابل پیش‌بینی بودن (Wu & Tsang (2008) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۸۴			
اعضا به یکدیگر برای حل مشکلات کمک خواهند کرد.	۵/۹۶	۱/۳۷	۰/۷۸
وقتی من نیاز به کمک داشته باشم، اعضا بیشترین توان را برای کمک به من به کار خواهند برد.	۵/۷۱	۱/۳۹	۰/۷۹
افراد این جامعه مجازی انتظارات من را برآورده می‌کنند.	۵/۷۶	۱/۳۲	۰/۸۲
شایستگی (Wu & Tsang (2008) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۹۵			
افراد این جامعه مجازی توانایی انجام وظایف خود را دارند.	۶/۱۹	۰/۹۷	۰/۹۶
اعضا توانایی لازم برای رسیدگی به مشکلات را دارند.	۶/۱۳	۱	۰/۹۵
تخصص شخصی افراد می‌تواند اهداف این جامعه مجازی را تحقق بخشد.	۶/۱۶	۰/۹۶	۰/۹۶

عامل	میانگین	انحراف معیار	بار عاملی
دیدگاه مشترک (Hsu, Chang and Yen (2011) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۷۹			
اعضا دیدگاهشان را برای کمک به حل مشکلات حرفه‌ای یکدیگر به اشتراک می‌گذارند.	۵/۹۰	۱/۱۳	۰/۶۷
اعضا اهداف مشترکشان را برای یادگیری با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند.	۵/۹۶	۱/۰۷	۰/۷۸
اعضا فکر می‌کنند همکاری بسیار دارای اهمیت است.	۶/۰۱	۱/۰۹	۰/۸۸
رشد دانش (Hsu, Chang and Yen (2011) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۸۴			
افراد این جامعه مجازی کمک می‌کنند من چیزهای بیشتری بیاموزم.	۶/۱۱	۱/۱۴	۰/۸۲
اعضا کمک می‌کنند من در مهارت‌های جدید خبره شوم.	۵/۹۸	۱/۲۳	۰/۹۱
اعضا کمک می‌کنند من ایده‌های نوآورانه‌ام را اجرا کنم.	۵/۸۱	۱/۳۵	۰/۷۷
ایجاد ارتباطات شخصی (Abrams et al. (2003) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۸۵			
اعضا اطلاعات زندگی شخصی خود را با من به اشتراک می‌گذارند.	۵/۰۵	۱/۲۹	۰/۹۳
اعضای این جامعه مجازی تنها به سؤالات روشن پاسخ نمی‌دهند.	۵/۲۹	۱/۳۱	۰/۸۰
اعضای این جامعه مجازی ارتباطات غیرکاری با یکدیگر برقرار می‌کنند.	۴/۹۱	۱/۳۲	۰/۷۶
اعتماد بین فردی (Seba, Rowley and Lambert (2012) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۹۲			
من می‌دانم که افراد این جامعه مجازی هر زمان که من نیاز به دانستن چیزی داشته باشم، تلاش می‌کنند به من کمک کنند.	۵/۶۶	۱/۴۹	۰/۸۶
من همیشه می‌توانم روی اعضا، وقتی به کمک نیاز دارم، حساب کنم.	۵/۵۵	۱/۵۵	۰/۸۶
من همیشه می‌توانم مطمئن باشم که اعضا در آسان‌تر شدن کارهایم از طریق در اختیار گذاشتن دانش خود، کمک می‌کنند.	۵/۷۶	۱/۴۸	۰/۹۷
من آزادانه با اعضای جامعه مجازی درباره دانش خودم گفت‌وگو می‌کنم.	۵/۵۳	۱/۵۰	۰/۸۷
قصد اشتراک دانش (Seba, Rowley and Lambert (2012) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۹۱			
من مایلم با افراد بیشتری از جامعه مجازی اشتراک دانش داشته باشم.	۵/۷۳	۱/۳۶	۰/۸۸
من مایلم با همه افراد این جامعه مجازی، اشتراک دانش داشته باشم، در صورتی که این کار برای جامعه مجازی مفید و سازنده باشد.	۵/۶۸	۱/۳۶	۰/۸۶
من تمایل دارم در آینده به دفعات بیشتری با اعضا اشتراک دانش داشته باشم.	۵/۷۴	۱/۴۵	۰/۸۷
من تمایل دارم با یک روش مؤثر با اعضا اشتراک دانش داشته باشم.	۵/۸۴	۱/۳۲	۰/۸۶

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها و نتایج

مدل اندازه‌گیری

تجزیه و تحلیل داده‌ها طی دو مرحله مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری انجام شد. اولین گام در آنالیز داده‌ها بررسی اعتبار ساختاری^۱ برای ده عنصر اندازه‌گیری شامل توانایی، خیرخواهی، صداقت، قابل پیش‌بینی بودن، شایستگی، دیدگاه مشترک، رشد دانش و ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی با استفاده از تجزیه و تحلیل عامل تأییدی^۲ لیزرل^۳ است. پایایی^۴ (اعتبار) با استفاده از ارزش آلفای «کرونباخ» بررسی شده است (جدول ۲). یکی از روش‌های بررسی پایایی، قابلیت اعتماد، و هماهنگی بین شاخص‌ها استفاده از ضریب آلفای «کرونباخ» است. مقدار این ضریب می‌بایست حداقل ۰/۷۰ باشد. همان‌طور که در جدول ۲، مشاهده می‌کنید، ضریب آلفای «کرونباخ» تمامی عوامل بین ۰/۷۹ تا ۰/۹۵ است. همچنین، میانگین^۵ و انحراف معیار^۶ برای هر کدام از شاخص‌های مدل ارائه شده است. همچنین، ضرایب بارهای عاملی^۷، پایایی ترکیبی^۸ (CR)، میانگین واریانس استخراجی^۹ (AVE) و ماتریس همبستگی به روش (Fornell & Larcker (1981) مورد بررسی قرار گرفته است.

بار عاملی (λ) میزان شدت رابطه بین یک عامل و شاخص مربوطه را مشخص می‌کند. به عبارت دیگر، بار عاملی نشان‌دهنده میزان اشتراک شاخص با عامل است. بنابراین، هرچه مقدار این ضریب بیشتر باشد، می‌توان نتیجه گرفت که ارتباط بین عامل و شاخص مربوطه شدیدتر است. مقدار مناسب برای بار عاملی حداقل ۰/۷۰ است. در جدول ۲، میانگین، انحراف معیار، ضرایب بار عاملی و ضرایب آلفای کرونباخ ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌کنید، بار عاملی تمامی شاخص‌ها، به‌جز شاخص سؤال ۱۶ از عامل دیدگاه مشترک که ۰/۶۷ است، بیشتر از ۰/۷۰ است. نتایج پایایی ترکیبی، میانگین واریانس استخراجی و ماتریس همبستگی برای عوامل پژوهش در جدول ۳، ارائه شده است. ماتریس همبستگی به روش (Fornell & Larcker (1981)، همان ماتریس همبستگی بین عوامل است با این تفاوت که روی قطر اصلی آن به‌جای عدد ۱، جذر مقادیر AVE هر عامل قرار دارد. با استفاده از این ماتریس، می‌توان میزان همبستگی یک عامل با شاخص‌هایش

1. construct validity

2. confirmatory factor analysis (CFA)

3. LISREL

4. reliability

5. average

6. standard deviation

7. coefficients of indicator loadings

8. combined reliability

9. Average Variance Extracted

در مقابل همبستگی آن عامل با سایر عامل‌ها را مقایسه کرد. همان‌طور که در جدول ۳، مشاهده می‌کنید، مقادیر روی قطر اصلی ماتریس بزرگ‌تر از همبستگی بین عوامل است. به عبارت دیگر عدد روی قطر اصلی، بزرگ‌تر از مقادیر ستون مربوطه و روایی واگرایی مدل تأیید می‌شود. معیار AVE نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر عامل با شاخص‌های خود است. به بیان ساده‌تر AVE میزان همبستگی یک عامل با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد که هرچه بیشتر باشد، برازش نیز بهتر است. معیار CR معیاری است که پایایی عامل‌ها را، نه به صورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی عامل‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌کند. مقدار مناسب برای پایایی ترکیبی حداقل ۰/۸۰ و برای AVE حداقل ۰/۵۰ است و مطابق با یافته‌های جدول ۳، مقادیر پایایی ترکیبی، بین ۰/۸۲ تا ۰/۹۷ و مقادیر AVE بین ۰/۶۱ تا ۰/۹۱ است.

جدول ۳. همبستگی و میانگین واریانس استخراجی

عامل	توانایی	خیرخواهی	صداقت	قابل پیش‌بینی	شایستگی	دیدگاه مشترک	رشد دانش	ارتباط شخصی	اعتماد بین فردی	قصد اشتراک دانش
توانایی	۰/۹۱									
خیرخواهی	۰/۱۲	۰/۸۳								
صداقت	-۰/۱۱	۰/۲۱	۰/۸۹							
قابل پیش‌بینی بودن	-۰/۰۷	۰/۰۱	۰/۳۸	۰/۷۹						
شایستگی	-۰/۰۱	۰/۱۱	-۰/۰۸	۰/۱۰	۰/۹۵					
دیدگاه مشترک	-۰/۰۴	۰	-۰/۰۳	-۰/۰۷	۰/۱۶	۰/۷۸				
رشد دانش	۰/۰۵	۰/۲۱	۰/۳۳	۰/۱۴	۰/۱۱	۰/۱۷	۰/۸۳			
ارتباطات شخصی	-۰/۱۵	۰/۱۰	۰/۱۱	۰/۱۰	۰/۰۸	۰/۲۱	۰/۳۴	۰/۸۳		
اعتماد بین فردی	۰/۲۸	۰/۳۶	۰/۴۲	۰/۳۲	۰/۲۲	۰/۲۴	۰/۴۵	۰/۳۲	۰/۸۹	
قصد اشتراک دانش	۰/۲۱	۰/۱۷	۰/۲۷	۰/۳۲	۰/۰۷	۰/۰۶	۰/۳۳	۰/۱۰	۰/۶۴	۰/۸۶
CR	۰/۹۴	۰/۸۷	۰/۹۱	۰/۸۴	۰/۹۷	۰/۸۲	۰/۸۷	۰/۸۷	۰/۹۴	۰/۹۲
AVE	۰/۸۴	۰/۶۹	۰/۷۹	۰/۶۳	۰/۹۱	۰/۶۱	۰/۷۰	۰/۶۹	۰/۷۹	۰/۷۵

مدل ساختاری

با استفاده از مدل ساختاری، عوامل همراه با روابط میان آن‌ها و فرضیات بررسی گردیده است. شکل ۱، ضرایب مسیر^۱ استاندارد شده «لیزرل» را نشان می‌دهد. برای مدل‌هایی با برازش خوب^۲، می‌بایست شاخص خبی دو نرمال شده تقسیم بر درجه آزادی^۳ (χ^2/df) کمتر از ۵، شاخص نیکویی برازش^۴ (GFI) بزرگ‌تر از ۰/۸۰، شاخص برازش تطبیقی^۵ (CFI) بزرگ‌تر از ۰/۹۰، شاخص ریشه میانگین مربع خطای تقریب^۶ (RMSEA) کمتر از ۰/۰۸ باشند (Bentler 1983, 1985; Browne et al. 1993; Dudgeon 2004; Hsu et al. 2007; Jöreskog & Sörbom 1993).

مقادیر شاخص‌های نیکویی برازش مدل پژوهش در جدول ۴، ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌کنید، برای این مدل ساختاری، مقدار شاخص χ^2/df برابر ۳/۰۵ (۱۲۴۸/۰۹ و $\chi^2=409$)، مقدار شاخص GFI برابر ۰/۸۱، مقدار شاخص CFI برابر ۰/۹۰ و مقدار شاخص RMSEA برابر ۰/۰۷۸ بود. بنابراین، مقادیر تمامی شاخص‌ها در دامنه مورد قبول هستند.

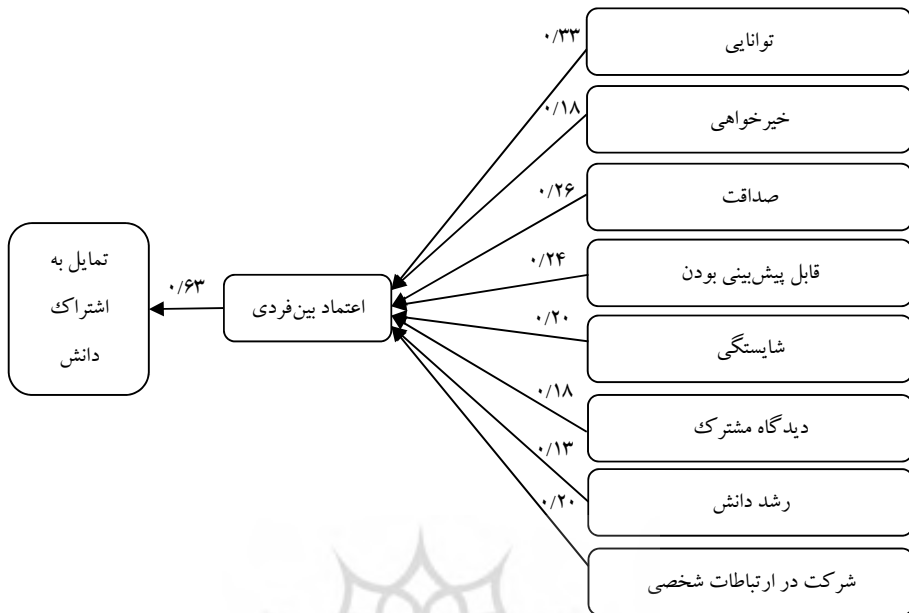
جدول ۴. خلاصه شاخص برازش مدل

نوع	شاخص	امتیاز	مقادیر پیشنهادی
آزمون χ^2	χ^2	۱۲۴۸	
	df	۴۰۹	
	χ^2/df	۳/۰۵	Bentler (1985) <00/5
شاخص برازش مطلق	GFI	۰/۸۱	Etezadi-Amoli & Farhoomand (1996) >80/0
شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۰	Bentler (1985); Hayduk (1987) >90/0
	RMSEA	۰/۰۷۸	Jöreskog & Sörbom (1993) <08/0

مدل معادله ساختاری این پژوهش، شامل ۸ متغیر یا عامل مستقل، ۱ متغیر میانجی و ۱ متغیر وابسته است. با توجه به نتایج به دست آمده، ضریب میان توانایی و اعتماد بین فردی معنادار و مثبت است ($t=7/58$ و $\beta=0/33$). یعنی اعتماد بین فردی توسط توانایی قابلیت پیش‌بینی را دارد (پیش‌بینی می‌شود). بنابراین، فرضیه ۱ تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر،

- | | |
|--|--|
| 1. path coefficients | 2. good fit |
| 3. chi-square normalized by degrees of freedom | 4. goodness-of-fit index |
| 5. comparative fit index | 6. root mean square error of approximation |

توانایی پیش‌بینی‌کننده معنادار برای اعتماد بین فردی است. ضریب میان‌خیرخواهی و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=4/14$ و $\beta=0/18$). یعنی اعتماد بین فردی توسط خیرخواهی قابلیت پیش‌بینی را دارد (پیش‌بینی می‌شود). بنابراین، فرضیه ۲ تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر، خیرخواهی تأثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد. همچنین، ضریب میان‌صداقت و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=5/21$ و $\beta=0/26$). یعنی اعتماد بین فردی توسط صداقت قابلیت پیش‌بینی را دارد. بنابراین، فرضیه ۳ تأیید می‌گردد. ضریب میان‌قابل پیش‌بینی بودن و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=4/96$ و $\beta=0/24$). بنابراین، فرضیه ۴ تأیید می‌گردد و قابل پیش‌بینی بودن تأثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد. ضریب میان‌شایستگی و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=4/79$ و $\beta=0/20$). یعنی اعتماد بین فردی توسط شایستگی، پیش‌بینی می‌شود. بنابراین، فرضیه ۵ تأیید می‌گردد. ضریب میان دیدگاه مشترک و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=3/92$ و $\beta=0/18$). یعنی دیدگاه مشترک تأثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد. بنابراین، فرضیه ۶ تأیید می‌گردد. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که رشد دانش تأثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد ($t=2/56$ و $\beta=0/13$) و فرضیه ۷ تأیید می‌گردد. ضریب میان ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=4/27$ و $\beta=0/20$). بنابراین، فرضیه ۸ تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر، ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی تأثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد. ضریب میان اعتماد بین فردی و قصد اشتراک دانش، معنادار و مثبت است ($t=11/95$ و $\beta=0/63$). یعنی قصد اشتراک دانش توسط اعتماد بین فردی، پیش‌بینی می‌شود. بنابراین، فرضیه ۹ تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر، اعتماد بین فردی تأثیر مثبتی بر قصد اشتراک دانش دارد. بنابراین، متغیر توانایی با ضریب استاندارد $0/33$ بیشترین تأثیر مستقیم و متغیر رشد دانش با ضریب استاندارد $0/13$ کمترین تأثیر مستقیم را بر اعتماد بین فردی دارند. همچنین، متغیر اعتماد بین فردی با ضریب $0/63$ تأثیر معنادار و قوی بر قصد اشتراک دانش دارد.



شکل ۱. نتایج تجزیه و تحلیل مدل ساختاری

۵. بحث و نتیجه‌گیری

از آنجا که در جوامع مجازی اغلب هویت افراد مشخص نیست و از طرفی اشتراک دانش در یک جامعه مجازی یکی از شرایط پایداری آن است، ایجاد اعتماد بین اعضای جامعه مجازی می‌تواند در موفقیت آن بسیار مؤثر باشد. در واقع، جامعه مجازی یک پدیده خاص است که در آن روابط اجتماعی با واسطه کامپیوتر ساخته شده است و به دلیل ناشناس بودن افراد برای یکدیگر، عوامل مختلفی می‌تواند در ایجاد اعتماد بین آن‌ها مؤثر باشد. این پژوهش قصد دارد درک بهتری از عوامل مؤثر بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی و تأثیر این اعتماد بین فردی به تمایل افراد به اشتراک دانش در این جوامع به دست آورد. این پژوهش با توجه به مطالعات گذشته در زمینه عوامل مؤثر در ایجاد اعتماد بین فردی، تأثیر این عوامل را در ایجاد اعتماد بین افراد جوامع مجازی بررسی می‌کند که شامل عوامل توانایی، خیرخواهی، صداقت، قابل پیش‌بینی بودن، شایستگی، دیدگاه مشترک، رشد دانش و اشتراک و شرکت در ارتباطات شخصی است. علاوه بر این، تأثیر اعتماد بین فردی را بر تمایل افراد به اشتراک دانش در این جوامع مشخص می‌کند.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تمامی عوامل مورد بررسی، تأثیری مثبت بر ایجاد اعتماد بین فردی در بین کاربران جوامع مجازی دارد. بر طبق نتایج، توانایی بیشترین تأثیر مثبت را در ایجاد اعتماد بین فردی در اعضای جامعه مجازی دارد و می‌توان گفت اعتقاد به این که طرف مقابل می‌تواند وظیفه خاصی را به‌درستی انجام دهد، مهم‌ترین عاملی است که سبب ایجاد اعتماد بین فردی می‌شود و بیشترین تأثیر را بر روی آن دارد. صداقت به‌عنوان دومین عامل تأثیرگذار بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی شناخته شده است، به این معنا که وقتی افراد در محیط مجازی از اصول و قواعد پیروی می‌کنند بر افزایش سطح اعتماد بین آن‌ها تأثیر مثبت خواهد داشت. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که قابل پیش‌بینی بودن سومین عامل است که تأثیر فراوانی بر ایجاد اعتماد دارد. قابل درک است که هنگامی که فردی اطمینان دارد که فرد دیگر به موضوع وعده داده شده پای‌بند است، اعتماد او افزایش می‌یابد. علاوه بر این‌ها، زمانی که فردی از تخصص طرف مقابل در جامعه مجازی اطمینان می‌یابد و یا در مقابل فردی قرار می‌گیرد که ارتباطات شخصی بیشتری برقرار می‌کنند، اعتماد آن‌ها به آن اعضای جامعه مجازی افزایش خواهد یافت و بر طبق نتایج این پژوهش، این عوامل در جایگاه بعدی عوامل تأثیرگذار بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی قرار می‌گیرند. همچنین، اعتقاد به خیرخواهی طرف مقابل و داشتن دیدگاه مشترک نیز با این که تأثیر مثبتی بر اعتماد دارند، اما به اندازه عوامل قبلی مؤثر نیستند و در جایگاه آخر، رشد دانش قرار می‌گیرد که بر طبق نتایج این تحقیق کمترین تأثیر را در ایجاد و افزایش اعتماد بین فردی در جوامع مجازی دارد. در نهایت، نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که اعتماد بین فردی، تأثیر زیادی بر قصد اشتراک دانش در بین افراد یک جامعه مجازی دارد و بنابراین، هرچه اعتماد بین فردی در یک جامعه مجازی افزایش یابد، میزان اشتراک دانش افراد در آن جامعه افزایش خواهد یافت و آن جامعه مجازی موفق‌تر و پویاتر خواهد بود.

این پژوهش چند محدودیت داشت که در تحقیقات آینده می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. اول) هدف این پژوهش بدون در نظر گرفتن تاریخچه جامعه مجازی و یا طول مشارکت هر فرد در آن جامعه مجازی است. یک نگرانی این است که این عوامل ممکن است بر سطح مشارکت افراد مؤثر باشد. تحقیقات آینده بایستی تحقیق کنند که آیا طول مشارکت هر فرد در یک جامعه مجازی و یا مدت‌زمان شکل‌گیری آن جامعه بر میزان ایجاد اعتماد بین افراد آن و تمایل به اشتراک دانش در آن جامعه مؤثر است؟ دوم) به دلیل

این که این پژوهش هدفش را تنها جوامع ایران قرار داده است، نتایج نمی‌توانند در سطح جهانی تعمیم داده شوند. تحقیقات آینده باید تأثیر این عوامل را در سطح جهانی آزمایش کنند. در نهایت، از آنجا که هدف این پژوهش بررسی تأثیر عوامل اعتماد بین فردی در قصد اشتراک دانش بوده است، عوامل دیگر مؤثر بر قصد اشتراک دانش در جوامع مجازی در نظر گرفته نشده‌اند. تحقیقات آینده نیاز به بررسی رابطه بین این عوامل و قصد اشتراک دانش در جوامع مجازی دارند.

فهرست منابع

- انبارکی سحر، جوکار عبدالرسول، ابراهیمی سعیده. شناخت عوامل مشوق و بازدارنده تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی علمی پیوسته. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات. ۱۳۹۷؛ ۳۳ (۳): ۹۷۷-۹۹۸.
<http://jjpm.irandoc.ac.ir/article-1-3455-fa.html> (Jun 10 2018)
- جمشیدی، حمید، و رضا تهرانی. ۱۳۹۴. تحلیل میزان تأثیرگذاری عوامل اطلاعاتی، سیستمی و طراحی رابط کاربر بر وفاداری مشتریان وبسایت‌ها با توجه به نقش رضایت و اعتماد. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات ۳۰ (۴): ۱۰۸۵-۱۱۰۶
<http://jjpm.irandoc.ac.ir/article-1-2118-fa.html> (10 jun 2018)

References

- Abrams, L. C., R. Cross, E. Lesser and D. Z. Levin. 2003. Nurturing interpersonal trust in knowledge-sharing networks. *The Academy of Management Executive* 17 (4): 64-77.
- Adler, Paul S. 2001. Market, hierarchy, and trust: The knowledge economy and the future of capitalism. *Organization science* 12 (2): 215-234.
- Andrews, Kate M., and Brian L. Delahaye. 2000. Influences on knowledge processes in organizational learning: The psychosocial filter. *Journal of Management studies* 37 (6): 797-810.
- Ardichvili, A., V. Page and T. Wentling. 2003. Motivation and barriers to participation in virtual knowledge-sharing communities of practice. *Journal of knowledge management* 7 (1): 64-77.
- Bentler, Peter M. 1983. Some contributions to efficient statistics in structural models: Specification and estimation of moment structures. *Psychometrika*, Springer, 48 (4): 493-517.
- _____. 1985. *Theory and implementation of EQS: A structural equations program*: BMDP Statistical Software.
- Bock, Gee-Woo, and Young-Gul Kim. 2002. Breaking the myths of rewards: An exploratory study of attitudes about knowledge sharing. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 15(2), 14-21.
- Browne, M. W., R. Cudeck, K. A. Bollen, and J. S. Long. 1993. Alternative ways of assessing model fit. *Sage focus editions* 154: 136-136.
- Chai, Sangmi, and Minkyun Kim. 2010. What makes bloggers share knowledge? An investigation on the role of trust. *International Journal of Information Management* 30 (5): 408-415.
- Chen, Chih-Jou, and Shiu-Wan Hung. 2010. To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities. *Information & Management* 47 (4): 226-236.
- Chiu, C.-M., M.-H. Hsu, and E. T Wang. 2006. Understanding knowledge sharing in virtual communities:

- An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision support systems* 42 (3): 1872-1888.
- Davenport, Thomas H., and Laurence Prusak. 1998. *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business Press.
- Dudgeon, Paul. 2004. A note on extending Steiger's (1998) multiple sample RMSEA adjustment to other noncentrality parameter-based statistics. *Structural Equation Modeling* 11 (3): 305-319.
- Dyer, Jeffrey H., and Kentaro Nobeoka. 2000. Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: the Toyota case. *Strategic management journal*, 21 (3): 345-367.
- Etezadi-Amoli, Jamshid, and Ali F. Farhoomand. 1996. A structural model of end user computing satisfaction and user performance. *Information & Management* 30 (2): 65-73.
- Fang, Yu-Hui, and Chao-Min Chiu. 2010. In justice we trust: Exploring knowledge-sharing continuance intentions in virtual communities of practice. *Computers in Human Behavior* 26 (2): 235-246.
- Ford, Dianne P. 2004. Trust and knowledge management: the seeds of success *Handbook on Knowledge Management 1*. Heidelberg: Springer Berlin. 553-575.
- Fornell, Claes, and David F. Larcker. 1981. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18 (1): 39-50.
- Gefen, David. 2000. E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega* 28 (6): 725-737.
- Gefen, D., E. Karahanna and D. W. Straub. 2003. Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS quarterly* 27 (1): 51-90.
- Gilbert, Jacqueline A., and Thomas Li-Ping Tang. 1998. An examination of organizational trust antecedents. *Public personnel management* 27 (3): 321-338.
- Hayduk, Leslie A. 1987. *Structural equation modeling with LISREL: Essentials and advances*. Baltimore and London: Jhu Press.
- Hsu, M.-H., C.-M. Chang and C.-H. Yen. 2011. Exploring the antecedents of trust in virtual communities. *Behaviour & Information Technology* 30 (5): 587-601.
- Hsu, M.-H., T. L. Ju, C.-H. Yen, and C.-M. Chang. 2007. Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International journal of human-computer studies* 65:153-169 :(2) .
- Hung, S. Y., H. M. Lai, and Y. C. Chou. 2015. Knowledge-sharing intention in professional virtual communities: A comparison between posters and lurkers. *Journal of the Association for Information Science and Technology* 66 (12): 2494-2510.
- Janz, Brian D., and Pattarawan Prasarnphanich. 2003. Understanding the antecedents of effective knowledge management: The importance of a knowledge-centered culture. *Decision sciences* 34 (2): 351-384.
- Jin, J., Y. Li, X. Zhong and L. Zhai. 2015. Why users contribute knowledge to online communities: An empirical study of an online social Q&A community. *Information & Management* 52 (7): 840-849.
- Jöreskog, Karl G., and Dag Sörbom. 1993. *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language* Chicago, IL: Scientific Software International.
- Levin, Daniel Z., and Rob Cross. 2004. The strength of weak ties you can trust: The mediating role of trust in effective knowledge transfer. *Management science* 50 (11): 1477-1490.
- Levin, D. Z., E. M. Whitener and R. Cross. 2006. Perceived trustworthiness of knowledge sources: The moderating impact of relationship length. *Journal of applied psychology* 91 (5): 1163.
- Lin, M. J. J., S. W. Hung and C. J. Chen. 2009. Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities. *Computers in Human Behavior* 25 (4): 929-939.
- Mayer, R. C., J. H. Davis and F. D. Schoorman. 1995. An integrative model of organizational trust.

- Academy of management review* 20 (3): 709-734.
- McKnight, D. H., N. L. Chervany and L. L. Cummings. 1996. *Trust formation in new organizational relationships*. Minnesota: Management Information Systems Research Center, Curtis L. Carlson School of Management, University of Minnesota.
- McKnight, D. Harrison, and Norman L. Chervany. 2001. What trust means in e-commerce customer relationships: An interdisciplinary conceptual typology. *International journal of electronic commerce* 6 (2): 35-59.
- Mishra, Jitendra, and Molly A. Morrissey. 1990. Trust in employee/employer relationships: A survey of West Michigan managers. *Public personnel management* 19 (4): 443-486.
- Morris, James H., and Dennis J. Moberg. 1994. Work organizations as contexts for trust and betrayal. *Citizen espionage, Studies in trust and betrayal*: Greenwood Publishing Group: 163-187.
- Nonaka, Ikujiro. 1994. A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization science* 5 14-37 :(1).
- Pan, Y., Y. C. Xu, X. Wang, C. Zhang, H. Ling and J. Lin. 2015. Integrating social networking support for dyadic knowledge exchange: a study in a virtual community of practice. *Information & Management* 52 (1): 61-70.
- Renzl, Birgit. 2008. Trust in management and knowledge sharing: The mediating effects of fear and knowledge documentation. *Omega* 36 (2): 206-220.
- Ridings, C. M., D. Gefen and B. Arinze. 2002. Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *The Journal of Strategic Information Systems* 11 (3): 271-295.
- Rolland, N., and D. Chauvel. 2000. Knowledge transfer in strategic alliances. *Knowledge horizons: The present and the promise of knowledge management*: Butterworth Heinemann Oxford, UK 225-236.
- Schoorman, F. D., R. C. Mayer and J. H. Davis. 2007. An integrative model of organizational trust: Past, present, and future. *Academy of management review* 32 (2): 344-354.
- Seba, I., J. Rowley, and S. Lambert. 2012. Factors affecting attitudes and intentions towards knowledge sharing in the Dubai Police Force. *International Journal of Information Management* 32 (4): 372-380.
- Seo, H. M., M. C. Kim, K. Chang and T. Kim. 2016. Influence Of Interpersonal Trust On Innovative Behaviour Of Service Workers: Mediating Effects Of Knowledge Sharing. *International Journal of Innovation Management* 20 (02), 1650026.
- Shapin, Steven. 1988. The house of experiment in seventeenth-century England. *Isis* 79 (3): 373-404.
- Smith, P. A., M. Bakker, R. T. A. Leenders, S. M. Gabbay, J. Kratzer and J. M. Van Engelen. 2006. Is trust really social capital? Knowledge sharing in product development projects. *The Learning Organization* 13 (6): 594-605.
- Van Den Hooff, Bart, and Jan A. 2004. Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of knowledge management* 8 (6): 117-130.
- Wang, Sheng, and Raymond A. Noe. 2010. Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review* 20 (2): 115-131.
- Wang, Wei-Tsong, and Wan-Ting Chang. 2015. *Antecedents of Employees' Knowledge Sharing Intentions: An Integrated Perspective of Interpersonal Trust and Conflicts*. In PACIS, p. 249. Singapore.
- Wu, J. J., Y. H. Chen, and Y. S. Chung. 2010. Trust factors influencing virtual community members: A study of transaction communities. *Journal of Business Research* 63 (9): 1025-1032.
- Wu, Jyh-Jeng, and Alex SL Tsang. 2008. Factors affecting members' trust belief and behaviour intention in virtual communities. *Behaviour & Information Technology* 27 (2): 115-125.

Yao, C.-Y., C.-C. Tsai and Y.-C. Fang. 2015. Understanding social capital, team learning, members' e-loyalty and knowledge sharing in virtual communities. *Total Quality Management & Business Excellence* 26 (5-6): 619-631.

فاطمه کیخا

متولد سال ۱۳۶۶ دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد در رشته تجارت الکترونیک از دانشگاه علم و صنعت ایران است. ایشان هم‌اکنون عضو هیئت علمی گروه مهندسی کامپیوتر دانشگاه زابل است. تجارت الکترونیکی، سیستم‌های توصیه‌گر و مدیریت دانش از جمله علایق پژوهشی وی است.





پروفیسر شہناز گل خان
پرنسپل جامعہ اسلامیہ اسلامیہ