

نقش روحیه جهادی کارکنان در واسطه‌گری دانش در یکی از مراکز تولیدات نظامی دفاعی

اصغر محمدی فاتح^{۱*}

چکیده

واسطه‌گران دانش، در مجموعه‌ای از فعالیت‌های رابطه‌ای، تحلیلی و فن وارد می‌شوند تا توسعه و تسهیل روابط را به وجود آورند و گروه‌ها و افراد را در خلق، جستجو و کاربرد دانش در عملیات کاری برای تجاری‌سازی آن یاری دهند. بنابراین، واسطه‌گری دانش در بخش‌های مختلف کشور باهدف پیوند علم و عمل، صنعت و دانشگاه و محقق و کارگزار باید با یک نگرش و رفتار جهادی، آغاز شود تا امکان ارتباط صنعت و دانشگاه محقق شود. در پژوهش حاضر، از واسطه‌گری دانش، به‌عنوان الگویی جدید برای تحلیل تعامل بین دانشگاه و صنایع نظامی، بهره‌گیری شده است. به همین منظور با توزیع و جمع‌آوری تعداد ۱۶۵ پرسشنامه مربوط به دو متغیر تحقیق، ابتدا ابعاد واسطه‌گری دانش و نگرش جهادی در یکی از مراکز تولیدات نظامی - دفاعی از طریق آزمون تی بررسی شد و سپس تأثیر روحیه جهادی کارکنان این مرکز نیز در واسطه‌گری دانش بین این مرکز و سازمان‌های تحقیقاتی از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی شد. بر اساس یافته‌های تحقیق، میزان تأثیر نگرش جهادی بر واسطه‌گری دانش، ۳۵ درصد، و بر اساس آزمون تی تک نمونه‌ای، سطح نگرش جهادی در این مرکز مناسب و سطح واسطه‌گری دانش نامناسب بود.

واژه‌های کلیدی:

واسطه‌گری دانش، تجاری‌سازی دانش، نگرش جهادی، صنعت، دانشگاه

^۱. استادیار گروه مدیریت دانشگاه امام علی (ع)، تهران، ایران.

* نویسنده مسئول:

مقدمه

اهمیت دانش و مدیریت آن در سازمان‌های مختلف کشور کماکان ادامه دارد. به‌گونه‌ای که نخستین محور از هفت محور بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، مربوط به دانش و پژوهش است. مقام معظم رهبری در این بیانیه می‌فرماید: "دانش آشکارترین وسیله عزت و قدرت یک کشور است"^۱. امروزه مبادله ایده‌ها و تسریع جریان دانش و تبدیل آن به کالا اهمیت پیدا کرده است. در بخش دانشگاهی، دیگر ذخیره‌سازی دانش به‌تنهایی راضی‌کننده نیست، بلکه اطمینان از کاربرد دانش به‌گونه‌ای که جامعه بتواند از منافع سرمایه‌گذاری در تحقیقات بهره‌برداری نماید. یکی از اهداف اصلی تحقیقات دانشگاهی و مراکز تحقیقاتی است. با توجه به این دیدگاه رایج که افزایش تحقیقات دانشگاهی توانایی جامعه را افزایش می‌دهد، باید به این نکته نیز توجه داشته باشیم تا زمانی که نتایج این تحقیقات به شرکت‌های بخش خصوصی و عمومی انتقال نیابد و توسط آن‌ها به کار گرفته نشود عملاً سودی از پژوهش عاید جامعه نخواهد شد (Grim and Jaenicke, 2010). از دهه ۱۹۸۰ تاکنون در کشور آمریکا تعداد دفاتر انتقال فناوری از ۲۵ دفتر به ۲۰۰ دفتر افزایش یافته است. لذا می‌توان گفت که تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی به‌عنوان یک فرآیند برای تبدیل یافته‌های جدید تحقیقاتی و توسعه ایده‌های جدید تحقیقات است که به‌منظور تولید محصولات جدید و یا بهبود یافته، خدمات، فرآیندها و فناوری‌های قابل‌ارائه به بازار برای ارزش‌آفرینی اقتصادی است (Turner, 1998). بنابراین، خارج ساختن پژوهش و تحقیقات از خلأ و پیونددهی دانشگاه‌ها و صنایع و تزریق یافته‌های تحقیقاتی به لایه‌های صنایع است که این مهم از طریق پدیده‌ای به نام "واسطه‌گری دانش"^۲ امکان‌پذیر است. مجموع تلاش‌هایی که به‌منظور مبادله و فروش کارهای تحقیقاتی باهدف کسب سود و ارتباط با نهادها صورت می‌گیرد، به واسطه‌گری دانش معروف است. هسته اصلی این ایده، شبکه‌سازی و پیونددهی کاربران دانش به تولیدکنندگان است. واسطه‌گری دانش، راهبردی امیدبخش برای پر کردن شکاف میان علم تا عمل و استفاده بیشتر از یافته‌ها و شواهد حاصل از پژوهش برای حوزه‌های مختلف است. به خصوص برای مواجهه با مسائل پیچیده اجتماعی و حل آن‌ها بر اساس شواهد، نیاز به استفاده از اصول واسطه‌گری دانش هستیم (Hellestron, 2019)، پژوهشگران اغلب به تولید شواهد علمی-ای می‌پردازند که برای استفاده در زمینه‌های مختلف متناسب نگردیده است؛ بنابراین، نیاز به ابتکاراتی است تا روابط متقابل میان محققان و سیاست‌گذاران به‌منظور ارتقاء استفاده از یافته‌های

۱. برگرفته از متن بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی.

حاصل از تحقیقات و شواهد علمی در سیاست‌گذاری تقویت و شکاف علم تا عمل کاهش یابد و این راهی به‌سوی استفاده بهتر و اثربخش‌تر از تحقیقات است (علیجان‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹). چند سالی است که برقراری ارتباط بین صنعت و دانشگاه و تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی، دغدغه‌ی دولت‌ها و سیاست‌گذاران در کشور بوده است و در این عرصه موانع فرهنگی، سیاسی و اقتصادی زیادی وجود دارد. بنابراین، برای اتصال صنایع نظامی به دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی نظامی و علمی، ملاحظات ساختاری، فرهنگی، فناورانه، رفتاری و... نقش مهمی دارند.

امروزه، انتقال فناوری و تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی با رویکردهای سنتی چندان راهگشا نیست. در عوض، واسطه‌گری دانش یکی از بهترین روش‌ها برای دستیابی به دو هدف متناسب‌سازی تحقیقات دانشگاهی با نیازهای بازار و همچنین بهره‌برداری مالی از نتایج تحقیقات برای دانشگاهیان است. واسطه‌گری دانش علاوه بر آنکه ابزاری برای انتقال فناوری و تجاری‌سازی است، منبعی برای اشتغال‌زایی و راهی برای تقویت روابط دانشگاه با صنعت است (Grim and Jaenicke, 2010). کارکرد دیگر واسطه‌گری دانش، تسریع ورود فناوری‌های جدید به بازار است؛ به‌این‌ترتیب که نوآوری‌ها و اختراعات در حوزه‌ی فن‌آوری‌های نوین در دانشگاه‌ها بلافاصله پس از ارائه شدن از سوی محققان، می‌توانند این طریق فرآیند تجاری‌سازی خود را طی کنند (Heydebreck, Klofsten and Maier, 2000). امروزه مسئله اصلی کشور، متناسب‌سازی دانش و فن‌آوری و تسهیل مبادلات علمی نظام‌مند بین مراکز تحقیقاتی و صنایع است. عدم سازگاری دانش با محیط و نهادهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی وابسته به آن را با رویکردهای مختلفی می‌توان تجزیه و تحلیل نمود. در رویکرد جامعه‌شناختی، فقدان کلیت و پیوستگی علم با نهادهای مذکور مورد توجه قرار می‌گیرد در حالی که رویکرد مدیریتی ناظر به ارتباط بین نظام علم و سایر نهادهای اجتماعی است (قانعی، ۱۳۸۲). اگر در نظر بگیریم که امروزه جهانی‌شدن به مفهوم امکان برقراری ارتباط و تبادل در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است، در این صورت لزوم نوعی هماهنگی در سازوکارها، ضوابط و مقررات مربوط به تبادلات و ارتباطات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داخل با خارج بیش‌ازپیش احساس می‌شود. مطالعه تطبیقی بین کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای جهان سوم مشخص می‌کند که وجود ناهماهنگی بین مراکز علمی، افراد خلاق و صاحبان اندیشه از یک‌طرف و نهادهای متکفل توسعه از طرف دیگر منجر به گسستگی بین این دو بخش شده و هیچ راهبرد مشخص و تعریف‌شده‌ای جهت ارتباط و هماهنگی بین آن‌ها وجود ندارد (قانعی، ۱۳۸۲). همان‌طور که اشاره شد در پیوندهای دانشگاه به صنعت، موانعی وجود داشت که یکی از آن‌ها موانع فرهنگی است؛ به‌عبارت‌دیگر، فرهنگ و فضای حاکم

بر سازمان‌های کشور باید تسهیل‌کننده واسطه‌گری دانش باشد. یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های فرهنگی نوظهور در کشور ما که توسط مقام معظم رهبری مطرح شده است، روحیه و فرهنگ جهادی است که یقیناً تسهیل‌کننده ارتباط بین صنعت و دانشگاه است. در این تحقیق که در قالب یک مطالعه میدانی انجام شده است، موضوع مبادله یافته‌های تحقیقاتی و واسطه‌گری دانش باهدف تبدیل دانش به محصول با رویکرد جهادی بررسی شده است. نگرش جهادی به‌عنوان یکی از بسترهای رفتاری-اجتماعی می‌تواند واسطه‌گری دانش را تسریع کند. به‌عنوان مثال، در پژوهش‌های غربی^۱، جوسازمانی مناسب در تسهیل ارتباط صنعت و دانشگاه و واسطه‌گری دانش مؤثر بوده است (Hammami, et al, 2007). در این تحقیق هم ادعای محقق این است که روحیه جهادی موجود می‌تواند واسطه‌گری دانش بین صنایع نظامی و دانشگاه‌ها را تسهیل کند. بنابراین سؤال اصلی این است که آیا نگرش جهادی موجود در مرکز مورد مطالعه؛ می‌تواند واسطه‌گری دانش را ارتقاء دهد یا خیر؟ در همین راستا، ابتدا تأثیر روحیه جهادی به‌عنوان یک پیشران رفتاری بر فعالیت‌های واسطه‌گری در قالب مدل علی بررسی شده است. سپس از طریق آزمون آماری تی تک‌نمونه‌ای سطح روحیه جهادی و سطح واسطه‌گری در مرکز تولیدات نظامی دفاعی بررسی شده است. بر اساس یافته‌های تحقیق، روحیه جهادی بر واسطه‌گری دانش تأثیر دارد و همچنین سطح روحیه جهادی در مرکز مناسب ولی سطح واسطه‌گری دانش نامناسب است.

اهداف تحقیق

- تعیین تأثیر روحیه جهادی کارکنان مرکز تولیدات نظامی دفاعی بر واسطه‌گری دانش
- تعیین سطح روحیه جهادی در مرکز تولیدات نظامی دفاعی
- تعیین سطح واسطه‌گری دانش در مرکز تولیدات نظامی دفاعی

فرضیه‌های تحقیق

- روحیه جهادی، تأثیر معناداری بر واسطه‌گری دانش کارکنان در مرکز تولیدات دفاعی دارد.
- سطح روحیه جهادی در بین کارکنان مرکز تولیدات نظامی دفاعی مناسب است.
- سطح واسطه‌گری دانش در بین کارکنان مرکز تولیدات نظامی دفاعی مناسب است.

مبانی نظری پژوهش

واسطه‌گری دانش

واسطه‌گری دانش، موضوعی فراتر از انتقال دانش است. به عبارت دیگر در واسطه‌گری دانش، صرفاً انتقال اطلاعات از پژوهشگر به تصمیم‌ساز مدنظر نیست؛ بلکه یکپارچه‌سازی دانش و توانمندسازی افراد برای دسترسی به تخصص‌ها به منظور انجام کار بر اساس پژوهش دیگران است (Hammami, et al, 2013). در تعریف واسطه‌گری دانش مهم‌ترین ویژگی آن (واسطه‌گری دانش)، پیچیدگی، گوناگونی و زمینه‌ای بودن آن است (Kislo Wilson and Boaden, 2017). واسطه‌گری دانش به شناسایی و هم‌آوری افرادی اشاره دارد که به یک موضوع خاصی علاقه‌مند بوده و می‌توانند همدیگر را در ایجاد راه‌حل‌های مبتنی بر شواهد^۱ و حل مسائل پیچیده کمک کنند (McGuinness, 2012) در حالی که انتقال دانش یک عمل ساده پردازش اطلاعات تلقی می‌شود، تفسیر دانش متضمن ترجمه و دگرگون‌سازی ورودی‌ها است که به علایق بازیگران برمی‌گردد. بنابراین، در بحث انتقال دانش، نقش جدیدی تحت عنوان واسطه‌گران دانش مطرح شده است که به‌عنوان پلی میان پژوهشگران و تصمیم‌گیرندگان تلقی می‌شود. بنابراین در واسطه‌گری دانش، یک نیرو از جنس انسان در پس انتقال دانش، وجود دارد که یافتن شواهد، تفسیر شواهد، تسهیل تعاملات و شناسایی سؤالات پژوهشی نوظهور را انجام می‌دهد (CHSRE, Ward and al 2009) این واسطه‌گران دانش، دارای درجه بالایی از مهارت‌های واسطه‌ای، ظرفیت قابل جذب، مرکزیت گرایشی شبکه‌ای، سرمایه اجتماعی هستند که به آن‌ها این امکان را می‌دهد که به طیف گسترده‌ای از سازمان‌ها دسترسی داشته و دانش پژوهشگران را تجمیع و آن‌ها را در شبکه‌های محلی و حتی جهانی توزیع و پرورش دهند. به‌طور کلی می‌توان گفت که واسطه‌گران موفق دانش کسانی هستند که ظرفیت تجمیع و هم‌آوری علم و هنر برای نفوذ به‌منظور تبدیل پژوهش به عمل را دارا می‌باشند. بنابراین، هسته اصلی واسطه‌گری دانش، قابلیت کسب، یکپارچه‌سازی، منطبق‌سازی، و پخش دانش و خلق پیوندها است (Hammami, et al, 2013). در واسطه‌گری دانش، ایده‌های افراد در زمینه‌های صنایع، رشته‌های دانشگاهی و یا شرایط مختلف، جمع‌آوری شده، در هم ادغام می‌شوند و نتایج حاصله برای حل مشکلات به کار می‌روند. افراد زیادی وجود دارند که حاضرند ایده‌ها و تجارب خود را به‌صورت رایگان در اختیار دیگران قرار دهند. تفاوت واسطه‌گری دانش با الگوبرداری^۲ و سایر شیوه‌های سنتی در نوع جستجوی

1..evidence-based solutions
2..benchmarking

اطلاعات و نحوه به‌کارگیری آن‌ها توسط شرکت‌ها است (Billington and Davidson, 2010). هم‌اکنون سازمان‌ها به شیوه‌های مختلف از اینترنت استفاده می‌کنند تا میان "جویندگان درون‌سازمانی" و "افراد برون‌سازمانی" که می‌توانند در حل مشکلات کمک کنند، تعامل ایجاد کرده و بدین طریق شیوه‌های مرسوم در توسعه محصولات را تغییر دهند. در نتیجه فرصت‌های گران‌بهایی برای ایجاد تعامل میان شرکت‌ها وجود دارد. به‌علاوه، ظهور شبکه‌های اجتماعی بدان معناست که تجارب میلیون‌ها مدیر در سراسر جهان بیش از هر زمان دیگری قابل‌دسترسی است. واسطه‌گری دانش، توانمندی مشابهی را در تمامی شرکت‌ها ایجاد می‌کند. فرآیندهای تجاری در بسیاری از شرکت‌ها به صورت‌های مشابه اجرا می‌شوند. دلیل این تشابه آن است که تیم‌های پروژه با "واسطه‌گران دانش" مشورت کرده و ایده‌های آن‌ها را با نظرات خود تلفیق می‌کنند و بدین‌وسیله فرآیندهای تجاری را بهبود می‌بخشند. بنابراین، واسطه‌گران دانش افرادی هستند که ایده‌ها و تجارب خود را در اختیار تیم‌های پروژه قرار می‌دهند.

واسطه‌گری دانش نقش حیاتی در حوزه توسعه و رشد تعاملات دارد؛ چراکه به‌عنوان یک پل شناختی بین انواع مختلف دانش جهانی و ملی عمل می‌کند (cumming, kiwanuka, gillman and regeer, 2018). در طول پنج سال گذشته، تحقیقاتی از پنج تیم پروژه در ۱۰ شرکت بین‌المللی پیرامون "استفاده از واسطه‌گری دانش" انجام شده است. این شرکت‌ها در صنایعی چون بانکداری، کالاهای مصرفی، محصولات high-tech، کشتیرانی، مهندسی، خرده‌فروشی و خدمات عمومی فعالیت داشتند. در تمام این شرکت‌ها، تیم‌های پروژه از شیوه "واسطه‌گری دانش" در ارائه راه‌حل‌های نوآورانه برای پروژه‌هایی از قبیل برنامه‌ریزی استراتژیک، زنجیره تأمین، فروش و بازاریابی، مسئولیت اجتماعی شرکت و منابع انسانی استفاده می‌کردند. این تیم‌ها به‌اتفاق آراء هم‌نظر بودند که واسطه‌گری دانش موجب افزایش ثمربخشی یک پروژه می‌شود و دوسوم معتقد بودند که عملکرد این شیوه بسیار عالی است. به‌طور کلی تیم‌های پروژه با بهره‌گیری از این شیوه، سرعت طراحی فرآیندهای جدید را در مقایسه با فن‌های مرسوم دو برابر می‌کردند (موسسه ماهان، ۱۳۸۹). از تجربیات موفق به‌کارگیری واسطه‌گری دانش می‌توان به کشور هلند اشاره کرد که واسطه‌گری دانش را در نظام سلامت خود به‌صورت مؤثر و کارآمد پیاده نموده است (علیجان-زاده و همکاران، ۱۳۸۹). کمیسیون اتحادیه اروپا، پروژه‌ای تحت عنوان "فودلینکس^۱" را از طریق فعالیت‌های واسطه‌گری دانش، آغاز کرده است. فودلینک یک پروژه همکارانه است که برنامه هفتم کمیسیون اروپا باهدف ارزیابی واسطه‌گری دانش از طریق پیونددهی دانشمندان، سیاست-گذاران و سازمان‌های اجتماعی، توسعه داده است. این پروژه برای سه سال هدف‌گذاری شده است

و از ژانویه ۲۰۱۱ تا دسامبر ۲۰۱۳ و با مشارکت کنسرسیومی از ۱۴ شریک (دانشگاه‌ها، دولت‌های محلی و منطقه‌ای، و سازمان‌های اجتماعی) از ۹ کشور اروپایی، به اجرا درآمده است (Karner et al, 2010)

سطوح مختلف واسطه‌گری دانش

سطح فردی: در این سطح، واسطه‌گری توسط یک شخص که نقش یک مرزبان (رابط) را در قلمروهای مختلفی از تحقیق، سیاست و عمل به عهده دارد، انجام می‌شود. این شخص، وظیفه تبدیل، انتقال و مبادله دانش را به عهده دارد. (مانند مشاور)

سطح گروهی: واسطه‌گری دانش در این سطح با مفهوم سرمایه اجتماعی، مرتبط است. توسعه سرمایه اجتماعی در یک شبکه یا جامعه مستلزم اتصال نقش‌آفرینان، درک چشم‌اندازهای همدیگر، و برقراری اعتماد است. بازیگران درگیر از طریق تعاملات موقعیتی، وارد فعالیت‌های واسطه‌گری دانش شده و از طریق اعتماد به وجود آمده، مبادله دانش به‌طور داوطلبانه صورت می‌گیرد. در اینجا، سرمایه اجتماعی بر تعامل موقعیتی بازیگران (نقش‌آفرینان)، تأثیر گذاشته و خود از این تعاملات متأثر می‌شود. سرمایه اجتماعی که فی‌مابین گروهی از واسطه‌گران دانش شکل می‌گیرد، همانند چسبی است که آن‌ها را به هم مرتبط ساخته و در تسهیم دانش ضمنی در مرزهای سازمانی و شغلی، مؤثر است.

سطح سازمانی: در این سطح از واسطه‌گری، مؤسسات مرزبان (رابط) شکل می‌گیرند. این مؤسسات یا سازمان‌ها در یکی از قلمروهای (کارگاه‌های دانش، سرویس‌های الحاقی، دپارتمان‌های انتقال دانش دانشگاه‌ها، بخش‌های رابط در وزارتخانه‌ها و ...) قرار می‌گیرند. واسطه‌گران دانش در این سطح یک کارکرد یکپارچه اجتماعی را به عهده دارند و با تمرکز بر مکانیسم‌ها و فرآیندهای سازمانی، بین علایق واگرا، آشتی ایجاد می‌کنند. این افراد به‌طور گزینشی، برای تحریک کنش جمعی و ارتقاء همکاری فی‌مابین بازیگران، به واسطه‌گری دانش می‌پردازند (Currie et al, 2010) (سازمان‌های واسطه‌گر (دلال) کارآمد باید بتوانند منابع دانش جهانی و تجربه خود را برای پاسخ‌گویی به نیازهای متقاضیان در عرصه‌های مختلف شناسایی و ارائه دهند. این مسئله شامل جستجوی منابع دیجیتالی از طریق ICT است که البته نباید منابع سنتی و بومی و غیر دیجیتالی را نادیده بگیرد. همچنین این سازمان‌ها در زمینه‌ای کردن دانش جهانی به‌منظور آنکه قابلیت کاربرد برای واقعیت‌های جامعه محلی را پیدا کند تبحر دارند و این امر ممکن است شامل ترجمه اطلاعات به زبان محلی و ساده و به‌علاوه جمع‌آوری اطلاعات درباره شرایط و ویژگی‌های جوامع محلی باشد. درنهایت، ارزیابی و طبقه‌بندی نیازهای اطلاعاتی حال و آینده مخاطبان (شامل فراهم بودن و مفید بودن دانش قابل‌دسترس به‌طور محلی، تهیه بازخورد عینی برای منابع دانش ملی

و جهانی) به عهده این واسطه‌گران است. به‌طور خلاصه سازمان‌های میانجی سازمان‌های هستند که مدیریت اطلاعات، ارتباطات و دانش را فراهم می‌سازند که به متقاضیان اجازه می‌دهد که تصمیمات مدیریتی بهتری بگیرند. این فرآیند خودبه‌خود اتفاق نمی‌افتد؛ این سازمان‌ها نیازمند حمایت و آموزش در جهت شناخت مشکلات، حل آن‌ها، تصمیمات مشارکتی، سازمان‌دهی، هماهنگی و انگیزش می‌باشند (کریمی، ۱۳۸۹).

نقش‌های واسطه‌گری

نقش اشخاص، گروه‌ها و سازمان‌ها در واسطه‌گری دانش کاملاً واگرا است. با مراجعه به تیپولوژی واسطه‌گری دانش می‌توان نقش‌های واسطه‌گری را در طبقات نمایندگی‌ها^۱، دربان‌ها^۲ و واسطه‌گران رابط^۳، هماهنگ‌کننده‌ها، یا واسطه‌گران سیار^۴ قرار داد. در چارچوب هماهنگ‌کننده، همه بازیگران (واسطه‌گر و منبع دانش) از یک گروه هستند. در واسطه‌گری سیال، واسطه‌گر، بین بازیگران موجود در یک گروه، میانجی‌گری می‌کند، اما خود واسطه‌گر به‌عنوان بخشی از این گروه نیست. در خصوص دربان باید گفت که واسطه‌گر، دانش خارجی را غربال کرده تا اینکه آن را در گروه خود توزیع و پخش کند. نقش نمایندگی در صورتی اعطا می‌شود که یک گروه، نقش واسطه‌گری از دانش خارجی را به شخصی در گروه، تفویض کند. در نقش رابط، دانش در بین گروه‌های مختلف، واسطه‌گری می‌شود (محمدی فاتح، ۱۳۹۱).

استراتژی‌های واسطه‌گری دانش

واسطه‌گری دانش علاوه بر اینکه، نقش‌های متنوعی را در برمی‌گیرد، حاوی استراتژی‌های متنوعی هم است. این استراتژی‌ها بر طبق بازیگران درگیر (محققان، سیاست‌گذاران، جامعه مدنی و ...)، نوع دانشی که قرار است تسهیم شود و زمینه موردنظر، متفاوت است. مایکلز^۵ (۲۰۰۹)، استراتژی‌های واسطه‌گری دانش را در فضای تصمیم‌گیری سیاست، مرور کرده است، او شش استراتژی را در پاسخ به مسائل متنوع سیاست و محیط سیاست‌گذاری، شناسایی کرد:

اطلاع دهید: هدف از اطلاع‌رسانی، انتشار و توزیع محتوا است. این استراتژی اغلب با انتقال دانش یک‌طرفه، مرتبط است. در این رویکرد، متقاضی اهمیت آنچه را که ارائه می‌شود را درک کرده و ممکن است اطلاعات را برحسب ارزش اسمی، بپذیرد. در این استراتژی، اطلاعات در قالب

-
1. Representatives
 - 2..Gatekeepers
 - 3..Liaison brokers
 - 4..Itinerant brokers
 5. Michaels

یک فرم و قالب نوشتاری، بسته‌بندی شده و بدین طریق متقاضی، محتوا را درک کرده و اقدام مقتضی حاصل از آن درک را ارزیابی می‌کند. به هر حال، دریافت‌کننده می‌تواند کنش نشان بدهد و یا ندهد، ولی فهم او زیاد شده و در خصوص انجام عمل، تصمیم خواهد گرفت.

مشورت کنید: این فرآیند شخصی را در برمی‌گیرد که برای حل یک مسئله به دنبال مشاوره است و در واقع، او به دنبال کسی است که به‌طور بالقوه، بینش‌های باارزشی در اختیار دارد. واسطه‌گر ممکن است به‌عنوان میانجی عمل کند و تخصص موردنظر برای حل مسئله را مکان‌یابی کرده و یک اتصال و رابطه را به وجود آورد.

همتاسازی (رابطه سازی) کنید: رابطه سازی، افرادی را که می‌توانند نسبت به یک عمل حادث شده مساعدت کنند، جمع‌آوری می‌کند. بنابراین از طریق واسطه‌گری می‌توان بازیگران را جمع‌آوری و در کنار هم قرار داد. واسطه‌گر باید بداند که چه تخصص‌هایی موردنیاز است و چه کسی آن‌ها را فراهم خواهد کرد، تا اینکه بازیگران به هم متصل شوند. خردمایه استفاده از این نوع واسطه‌گری این است که از یک طرف محققان از مرتبط بودن نتیجه تحقیقات خود برای تصمیم‌گیران، آگاه نیستند و از طرف دیگر، تصمیم‌گیران ممکن است در معرض محیط علمی قرار نگیرند.

درگیر کنید: شکلی از واسطه‌گری است که در آن بخشی (یا طرفی) که مسئول رصد کردن مسئله (مشکل) است، یک فرآیندی از شمولیت دیگران با تخصص‌های برجسته را ایجاد و به اجرا درمی‌آورد. در اینجا دیگران، تخصص برجسته خود را در سرتاسر ردیابی و رصد کردن مسئله، ارائه می‌کنند. دلال ممکن است نقش رابط و یا تسهیلگر را بازی کند. در اینجا پیش‌فرض اصلی این است که تصمیم‌گیرنده، بر طبق مقتضیات و رشته اقدامات بالقوه خود و دلالت‌های ضمنی آن‌ها، با افرادی که تخصص‌های مختلف و مکمل دارند، تعامل برقرار کند.

همکاری کنید: در همکاری همه مشارکت‌کنندگان به‌طور مشترک، فرآیند و چگونگی تعامل با همدیگر را معین کرده و در خصوص وسعت مسئله موردنظر به مذاکره می‌پردازند. در استراتژی همکاری، مشارکت‌کنندگان باید فراسوی تخصص خود به تفکر بپردازند؛ آن‌ها باید به این فکر باشند که چگونه می‌توانند دانش خود را به‌طور مفید با تخصص‌های دیگران، در کنار هم قرار دهند تا هم‌افزایی حاصل شود. در حالی که مشارکت‌کنندگان، تخصص خود را وارد میدان می‌کنند، اما آن‌ها برای رصد کردن مسائل پیچیده، باید به‌عنوان اعضای تیم کار کنند.

ظرفیت‌سازی کنید: ظرفیت‌سازی بی‌معنی افزایش توانایی افراد و مؤسسات برای انجام بهتر کاری که در نظر گرفته شده است. برای ظرفیت‌سازی در حیطه واسطه‌گری دانش، طرفین به‌صورت توأمان فرآیند تعامل و مذاکره را باهدف در نظر گرفتن ابعاد چندگانه یک مسئله سیاست

(خط‌مشی)، چارچوب‌بندی می‌کنند، در همین حال درس‌هایی هم از این عمل برای مسائل و سناریوهای آینده می‌آموزند (Karner et al, 2010) درحالی‌که استراتژی‌های اطلاع‌رسانی، مشاوره و رابطه‌سازی به سطح پایینی از درگیری نیاز دارند، اما همکاری، درگیری، و ظرفیت‌سازی به سطوح بالایی از تعامل شخصی نیاز دارند. استراتژی‌های واسطه‌گری دانش بر پایه ادراکات گوناگونی از چیستی دانش، ایجاد شده‌اند. درحالی‌که در استراتژی اطلاع‌رسانی، دانش به‌عنوان "مجموعه‌ای از دانش"، مفهوم‌سازی می‌شود، اما در ظرفیت‌سازی، دانش از طریق فرآیند عمل، تولید می‌شود (محمدی فاتح، ۱۳۹۱). در بحث واسطه‌گری، دانش ضمنی و صریح پس از کسب، یکپارچه شده و در سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد. در جدول شماره یک، شاخص‌های سنجش و اندازه‌گیری واسطه‌گری دانش آورده شده است که مبنای مطالعه در این تحقیق است.

جدول (۱) ابعاد و شاخص‌های واسطه‌گری دانش (Hammami, et al, 2013)

ابعاد واسطه‌گری	تعداد سؤالات هر بعد و شرح آن‌ها
اكتساب دانش ضمنی	كسب مطالعات و گزارش‌های تحقیقاتی مورد نیاز از سازمان‌های دیگر در انجام فعالیت‌های شغلی روزانه
	به دست آوردن مطالعات و گزارش‌های تحقیقاتی مورد نیاز خود از مشاوران
	به دست آوردن مطالعات و گزارش‌های تحقیقاتی مورد نیاز خود از انجمن‌های حرفه‌ای
اكتساب دانش صریح	به دست آوردن مطالعات و گزارش‌های تحقیقاتی مورد نیاز خود از مجلات حرفه‌ای
	به دست آوردن مطالعات و گزارش‌های تحقیقاتی مورد نیاز خود از خبرنامه‌ها و روزنامه‌ها
	به دست آوردن مطالعات و گزارش‌های تحقیقاتی مورد نیاز خود از پایگاه‌های اطلاعاتی رایانه‌ای
یکپارچگی دانش جدید	مطالعه اخبار تحقیقاتی و مطالعات تحقیقاتی و پیگیری آن‌ها
	نقل اطلاعات تحقیقاتی و گزارش‌های مطالعاتی و تحقیقاتی جدید به همکاران
	بحث در خصوص اطلاعات تحقیقاتی و گزارش‌های مطالعاتی و تحقیقاتی جدید، با همکاران خود
منطبق سازی نتایج تحقیقات	ارائه یافته‌های تحقیقاتی خود به زبان غیر فنی (ساده) برای کاربران بالقوه سازمان خود
	ارائه گزارش‌های جذاب (گرافیکی، رنگی، طنزگونه) برای کاربران بالقوه واحد سازمانی خود
	تهیه خلاصه‌ای از تحقیقات در موضوعات خاص برای کاربران بالقوه واحد سازمانی خود
	بحث و گفتگو در خصوص مفید بودن نتایج تحقیقات، با کاربران واحد سازمانی خود
	ارائه مثال‌هایی از چگونگی استفاده از یافته‌های تحقیقاتی به افراد سازمان خود
برگزاری نشست‌هایی به منظور بحث در مورد پروژه‌های تحقیقاتی جاری با کاربران مرتبط	ارسال نتیجه مطالعات و گزارش‌های تحقیقاتی به کاربران مورد نظر سازمان خود
	برگزاری نشست‌هایی به منظور بحث در مورد پروژه‌های تحقیقاتی جاری با کاربران مرتبط

انتشار نتایج	برگزاری نشست‌هایی به‌منظور بحث در مورد نتایج اولیه تحقیقات با کاربران مرتبط در سازمان خود
تحقیقات	برگزاری نشست‌هایی به‌منظور بحث در مورد نتایج و پیامدهای به‌کارگیری تحقیق با کاربران مرتبط
ایجاد پیوندها	تسهیل مشارکت افراد واحد سازمانی در پروژه‌های تحقیقاتی
	تسهیل در ایجاد کمیته‌های مشورتی در خصوص پروژه‌های تحقیقاتی
	تسهیل تماس‌های فردبه‌فرد کارکنان خود با محققان خارجی
	ایجاد فرصت تعامل بین کارکنان و محققان خارجی از طریق سمینارها، نشست‌ها، کنفرانس‌ها و...

روحیه جهادی

بر اساس بیانات مقام معظم رهبری، مدیریت دانش و فناوری در کشور باید با یک رویکرد جهادی دنبال شود. به همین دلیل در یکی از دانشگاه‌های آجا، همایش ملی مدیریت دانش با رویکرد جهادی در دی‌ماه ۱۳۹۳ برگزار شده است. بنابراین می‌توان گفت که روحیه جهادی و فرهنگ جهادی به‌عنوان یک محرک برای تسهیل واسطه‌گری دانش قابل‌اتکا است. البته در ادبیات مدیریت دانش و مطالعات قبلی، از متغیری به نام جوسازمانی به‌عنوان تسهیلگر واسطه‌گری دانش یاد شده است (Hammami, et al, 2013) در این تحقیق هم با اتکا به مبحث رفتارهای فرانش، این‌گونه استدلال شده است که اگر در یک سازمانی، نگرش جهادی وجود داشته باشد، احتمال مبادلات دانش و یافته‌های تحقیقاتی زیاد می‌شود. هدف از طرح الگوی جهادی، تأکید بر اهمیت ارتباط صنعت و دانشگاه و تولید کالاهای دانش‌محور و مهارت‌صنعت خام فروشی کشور و به‌خصوص صنعت نفت و مشتقات آن و ایجاد افق‌های جدید در بخش‌های مختلف صنعت کشور است. بنابراین اتکا به الگوی جهادی در حوزه‌هایی همانند صنعت هسته‌ای، هوافضا و صنعت موشکی کشور قرین توفیقات و دستاوردهای قابل‌توجهی بوده است و بایستی این‌گونه در سایر حوزه‌های تحقیقاتی و صنعتی هم به کار گرفته شود تا تحول بنیادین در این عرصه‌ها ایجاد شود.

مقام معظم رهبری خطاب به نخبگان جوان فرمودند: "روحیه‌ی جهادی را بر روحیه‌ی تافته‌ی جدا بافته بودن ترجیح بدهید. روحیه‌ی جهادی یعنی کار را برای خدا انجام دادن، کار را وظیفه‌ی خود دانستن، و همه‌ی نیروها را در راه کار درست به میدان آوردن"^۱.

اما در خصوص ابعاد الگوی جهادی باید گفت که با مرور مقالات چند کنفرانس ملی مدیریت جهادی، شاخص‌های مرتبط با سطح تحلیل فردی به‌عنوان نگرش‌های این حوزه انتخاب شدند.

۱. دانشگاه افسری امام علی^(ع)

۲. بیانات در دیدار شرکت‌کنندگان در نهمین همایش ملی «نخبگان فردا» در حسینیه‌ی امام خمینی (۱۳۹۴/۰۷/۲۲)

در این مقالات، الگوی جهادی در قالب سه بعد مدیریتی/ساختاری، فرهنگی/زمینه‌ای و رفتاری/نگرشی، وجود داشت که بعد رفتاری/نگرشی مبنای این تحقیق قرار گرفت. در زیر شاخص‌های حاصل از تحلیل محتوای مقالات دو کنفرانس ملی مدیریت جهادی ارائه شده است:

اخلاص و وفاداری: اخلاص یعنی درست‌کاری؛ یعنی خالص شدن فقط برای خدا، یعنی صبغه الهی شدن (رنگ الهی به خود گرفتن) و هوای نفس را میراندن. شاخصه تفکر جهادی، وحدت در حرف و عمل و به تعبیری گفتار و رفتار است که اوج آن «عمل بیشتر و گفتار کمتر» است.

خودباوری یا اعتمادبه‌نفس: اعتمادبه‌نفس سه نوع است: اعتمادبه‌نفس رفتاری، اعتمادبه‌نفس عاطفی، اعتمادبه‌نفس روحی و معنوی. اعتمادبه‌نفس رفتاری: به معنای قابلیت و توانایی در عمل کردن و انجام دادن کارهاست. از کارهای ساده گرفته تا کارهای سخت همانند جامه عمل پوشاندن به رؤیایها. اعتمادبه‌نفس عاطفی: به معنای توانایی در تسلط بر دنیای احساس و عواطف. این که بدانید چه احساساتی دارید، معنای آن‌ها را بفهمید و بتوانید انتخاب‌های احساسی درست بکنید و از خود در مقابل درد و رنج روحی و لطمه‌ها و صدمه‌های عاطفی محافظت کنید و بدانید چگونه روابطی صمیمی، سالم و ماندگار خلق نمایید. اعتمادبه‌نفس روحی و معنوی: این نوع از اعتمادبه‌نفس همانا اعتماد و ایمان شما به جهان هستی و کل آفرینش و موجودات است.^۱

باور به اراده الهی (توکل): از آنجایی که امر جهادی توأم با همت مضاعف و تلاش فوق‌العاده بوده و در حالت طبیعی انجام آن امکان‌پذیر نیست لذا اتکال به قدرت لایزال الهی برای به ثمر رسیدن آن امری ضروری و انکارناپذیر است. لذا در حرکت جهادی دائماً بایستی به مبدأ جهاد یعنی حضرت سبحان و جانشینان حضرتش (ائمه هدی علیهم‌السلام) توجه عینی و عملی نمود.

پرکاری و خستگی‌ناپذیری: یعنی داشتن صبر و بردباری در عرصه‌ی جهاد است. شکیبایی و تحمل مشکلات بسیار مهم بوده و کلید و رمز پیروزی، داشتن امید و صبر است. روحیه جهادی با حرکت طبیعی در تعارض است و نسبت این دو، نسبتی معکوس است. لازمه روحیه جهادی حرکتی بی‌وقفه در هر شرایط مکانی و زمانی و امکاناتی است. یکی دیگر از ابعاد روحیه جهادی «استمرار در حرکت» است. آن ویژگی که حرکت جهادی را از ایستایی و توقف و سکون بازداشته و جریان جهادی را ابتدا در فرد جهادگر و سپس در محیط پیرامونی وی حفظ و تقویت می‌نماید. مستمر بودن مکمل ویژگی خستگی‌ناپذیری در روحیه جهادی است (پاراحمدی، ۱۳۹۳).

عاطفه معنوی: معنویت یعنی اتصال انسان و محیط. معنویت مجموعه صفات و اعمالی است که شور و جاذبه قوی و درعین‌حال منطقی و صحیح را در انسان به وجود می‌آورد تا او را در سیر

به‌سوی خدای یگانه و محبوب عالم به‌طور اعجاب‌آوری پیش‌بردد. (عباسی و همکاران، ۱۳۹۱). فردی که از عواطف معنوی بالایی برخوردار است، شوخ‌طبع بوده و توانایی بالایی برای کار با دیگران دارد. به‌طور کلی، برقراری روابط عاطفی و غیررسمی در انجام فعالیت‌های رسمی، معرف عاطفه معنوی است.

نگرش تحول‌گرا: تطبیق الگوی جهادی با شرایط محیطی و حفظ ارزش‌های بنیادی بسیار مهم است. نقطه شروع تحول در سازمان و جامعه، تغییر در اذهان است. از دیدگاه قرآن و روایات، مدیریت، عمده‌ترین نقش را در تغییر و تحولات داراست. از این‌رو هرگونه دگرگونی در افراد و سازمان‌ها، مستلزم تحول در نگرش مدیران است که این امر مدیریت تحول را با مسیری هموار مواجه می‌سازد^۱ (نوروزی، ۱۳۹۱).

پویایی و سرعت عمل: آگاهی و سرعت عمل از ویژگی‌های حرکت جهادی است (ملک‌حسینی، ۱۳۹۳). سرعت عمل در کار از اهمیت بالایی برخوردار است. در اصل مدیریت زمان در انجام کارها و فعالیت‌های روزانه از مهم‌ترین نکاتی است که سرعت عمل در کار را افزایش می‌دهد. شاید بتوان گفت که پویایی با واژه چابکی در ارتباط باشد. واژه چابک در فرهنگ لغت، به معنای: حرکت سریع، چالاک، فعال و چابکی توانایی حرکت به‌صورت سریع و آسان، و قادر بودن به تفکر به‌صورت سریع و با یک روش هوشمندانه است.^۲ در جدول زیر ابعاد روحیه جهادی به همراه سؤالات هر بعد و منابع آن‌ها ذکر شده است که مبنای مطالعه در این تحقیق است.

جدول (۲) ابعاد نگرش جهادی

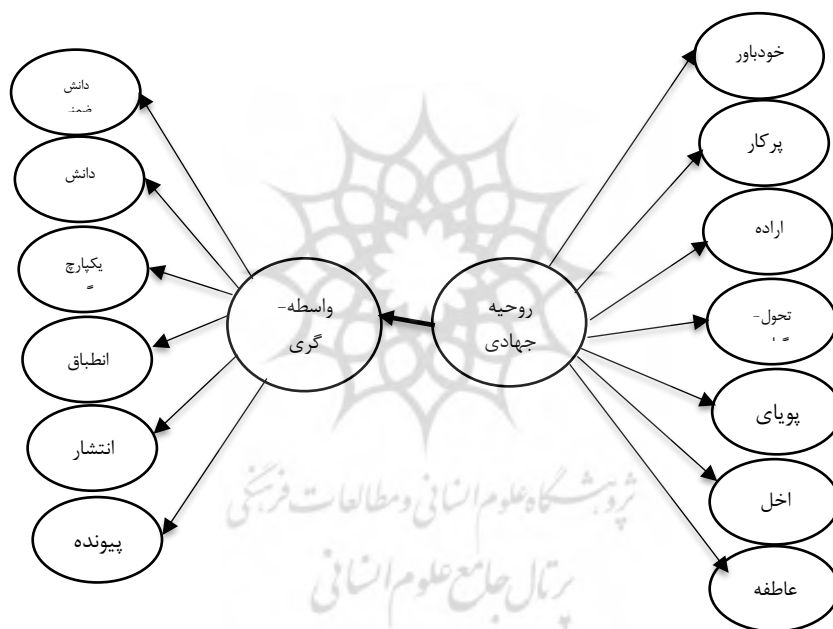
ابعاد نگرش جهادی	تعداد سؤالات	منبع
خودباوری و اعتماد به‌نفس	سه	مجموعه مقالات همایش‌های مدیریت جهادی
پرکاری و خستگی‌ناپذیری	پنج	مجموعه مقالات همایش‌های مدیریت جهادی
باور به اراده الهی	سه	مجموعه مقالات همایش‌های مدیریت جهادی
نگرش تحول‌گرا	سه	مجموعه مقالات همایش‌های مدیریت جهادی
پویایی و سرعت عمل	سه	مجموعه مقالات همایش‌های مدیریت جهادی
اخلاص و وفای به عهد	پنج	مجموعه مقالات همایش‌های مدیریت جهادی
عاطفه معنوی	سه	مجموعه مقالات همایش‌های مدیریت جهادی

۱. ایدئولوژی مدیریت تحول از منظر اهل‌بیت^(ع) (farsnews.com)

۲. نیاز به چابکی در مدیریت سازمان (www.fekreno.org)

مدل تحقیق

بر اساس ادبیات تحقیق (روحیه جهادی و واسطه‌گری دانش) مدل ذیل برای مطالعه میدانی انتخاب شده است. بر اساس مدل، روحیه جهادی به‌عنوان متغیر مستقل و واسطه‌گری دانش متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. در مطالعات قبلی، تأثیر جوسازمانی بر واسطه‌گری دانش بررسی شده است (Hammami, et al, 2013). همان‌طور که در بخش قبلی اشاره شد، به‌منظور سنجش ابعاد الگوی جهادی از شاخص‌های موجود در مجموعه مقالات دو کنفرانس ملی مدیریت جهادی استفاده شده است (جدول ۲) و برای سنجش فعالیت‌های واسطه‌گری دانش از شاخص‌های مدل همامی و همکاران^۱ (۲۰۱۳) استفاده شده است که این شاخص‌ها به همراه تعریف عملیاتی آن‌ها در جدول شماره ۱ آورده شده است.



شکل (۱) مدل تحقیق (Hammami, et al, 2013)

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق کاربردی و از نوع همبستگی است. به‌عبارت‌دیگر در بررسی ارتباط دو متغیر تحقیق (واسطه‌گری دانش و روحیه جهادی) باید رابطه بین این دو سنجیده شود و احیاناً تأثیر علی متغیر مستقل بر وابسته از طریق معادلات رگرسیونی بررسی شود. به همین دلیل در نرم‌افزار

1. Hammami et al

لیزرل ابتدا مدل اندازه‌گیری هر یک از دو متغیر سنجدیده شده تا بتوان میزان بار عاملی ابعاد هر دو متغیر (میزان ارتباط اجزای واسطه‌گری با این متغیر و همچنین میزان ارتباط اجزای روحیه جهادی با این متغیر) سنجدیده شود. از طرفی برای درک وضعیت موجود واسطه‌گری دانش و روحیه جهادی در مرکز مورد مطالعه از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. این آزمون نشان می‌دهد که آیا سطح متغیر مورد نظر مناسب است یا نامناسب. همچنین جامعه آماری تحقیق مشتمل بر تعدادی از کارکنان یک مرکز تولیدات نظامی دفاعی است که مدرک تحصیلی آن‌ها فوق‌دیپلم و لیسانس بوده و تعداد آن‌ها ۷۰۰ نفر است. بر اساس جدول مورگان برای جامعه آماری ۷۰۰ نفر، نمونه لازم ۲۴۸ نفر است. لذا بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده تعداد ۲۵۰ پرسشنامه در بخش‌های مختلف این مرکز توزیع شد که پس از جمع‌آوری تعداد ۲۰۰ پرسشنامه، ۱۶۵ پرسشنامه صحیح مبنای تحلیل قرار گرفت و در دو نرم‌افزار آموس گراف ۱۸، و لیزرل آزمون شد که نتایج در ادامه تشریح شده است. برای سنجش پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرانباخ استفاده شده که مقدار آن برای متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق در جدول شماره سه آورده شده است.

جدول (۳) پایایی پرسشنامه‌ها

پایایی پرسشنامه واسطه‌گری دانش	۰/۹	سؤالات ۲۵ تا ۲۱
پایایی پرسشنامه نگرش جهادی	۰/۸۹	سؤالات ۲۶ تا ۴۷
پایایی کل پرسشنامه	۰/۹۱	کل سؤالات

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در تجزیه و تحلیل داده‌ها از اصول روش تحقیق همبستگی استفاده شده است که مشتمل بر مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار لیزرل و آموس است. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا مدل‌های اندازه‌گیری دو متغیر آورده شده و سپس مدل ساختاری برای تعیین میزان تأثیر روحیه جهادی بر واسطه‌گری دانش در بین کارکنان مرکز تولیدات نظامی دفاعی آورده شده است.

سنجش مدل‌ها در نرم‌افزار لیزرل

سؤال اساسی در تحلیل عاملی این است که آیا الگوی بیان شده از روابط مابین متغیرها و عوامل و نیز رابطه بین عوامل با داده‌ها هماهنگ است؟ به منظور بررسی این سؤال از آزمون نیکویی

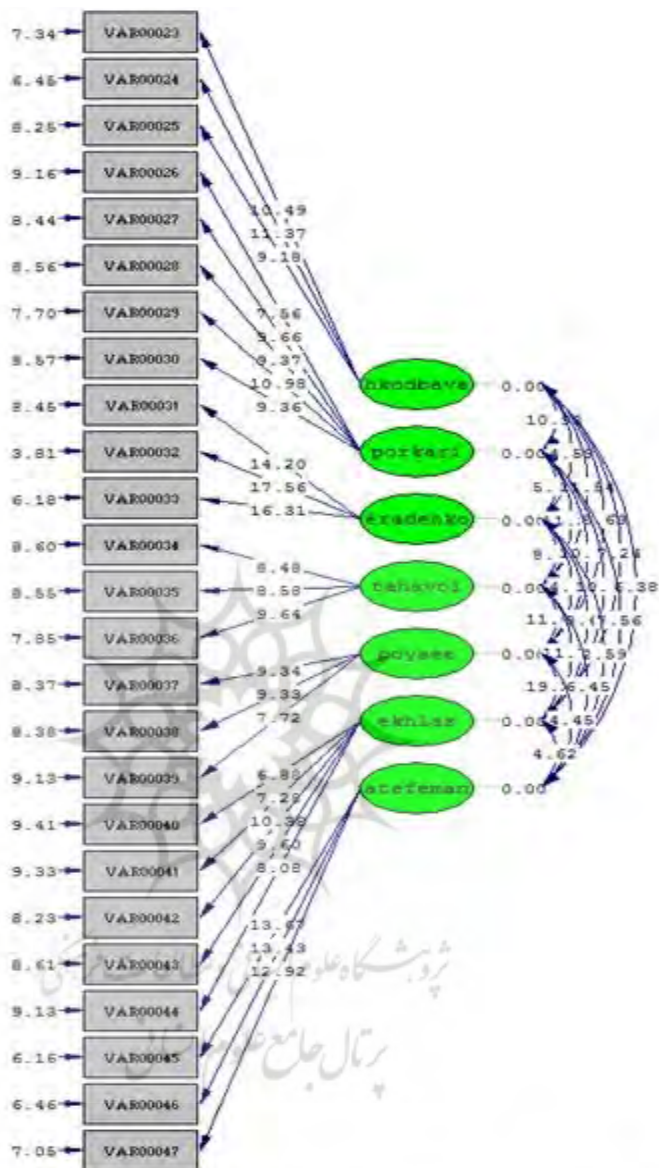
برازش^۱ استفاده می‌شود. پس از حل مدل توسط نرم‌افزارهای مختلف، لازم است شاخص‌های به‌دست‌آمده با مقادیر بحرانی مقایسه و سپس نسبت به تناسب مدل تصمیم‌گیری شود. برخی از این مقادیر بحرانی به‌قرار زیر هستند. برای مثال، شاخص RMSEA اختلاف با مدل را به ازای درجات آزادی بیان می‌کند. مقادیر کوچک این شاخص نشان‌دهنده برازش خوب مدل است به‌نحوی که این شاخص برای مدل‌های خوب برابر یا کمتر از ۰/۰۵ است (از ۰/۰۵ تا ۰/۰۸ نسبتاً خوب، از ۰/۰۸ تا ۱ ضعیف و بیشتر از ۱ بسیار ضعیف). سایر شاخص‌ها در جدول شماره چهار دیده می‌شود.

جدول (۴) شاخص‌های برازش مدل در لیزرل

شاخص برازندگی	برازش خوب	برازش قابل قبول
کای دو	بین ۰ و ۲	بین ۲ و ۳
ارزش بی	کوچک‌تر از ۰/۰۱	بین ۰/۰۱ و ۰/۰۵
نسبت کای ۲ به درجه آزادی	بین ۰ و ۲	بین ۲ و ۳
جذر میانگین مجذور خطا	بین ۰ و ۰/۰۵	بین ۰/۰۵ و ۰/۰۸
شاخص برازش خوب	بین ۱ و ۰/۰۹۵	بین ۰/۰۹۵ و ۰/۰۹
شاخص نیکویی برازش اصلاح‌شده	بین ۱ و ۰/۰۹	بین ۰/۰۸۵ و ۰/۰۹

مدل اندازه‌گیری نگرش جهادی در حالت اعداد معناداری

با توجه با شکل شماره دو، کلیه اعداد معناداری مربوط به پارامترهای مدل معنادار است. زیرا عدد معناداری (آماره آزمون) آن‌ها از ۱/۹۶ بزرگ‌تر است. بنابراین می‌توان گفت این مدل اندازه‌گیری از روایی لازم برخوردار است و متغیرهای آشکار توانسته است ابعاد نگرش جهادی را بسنجد.

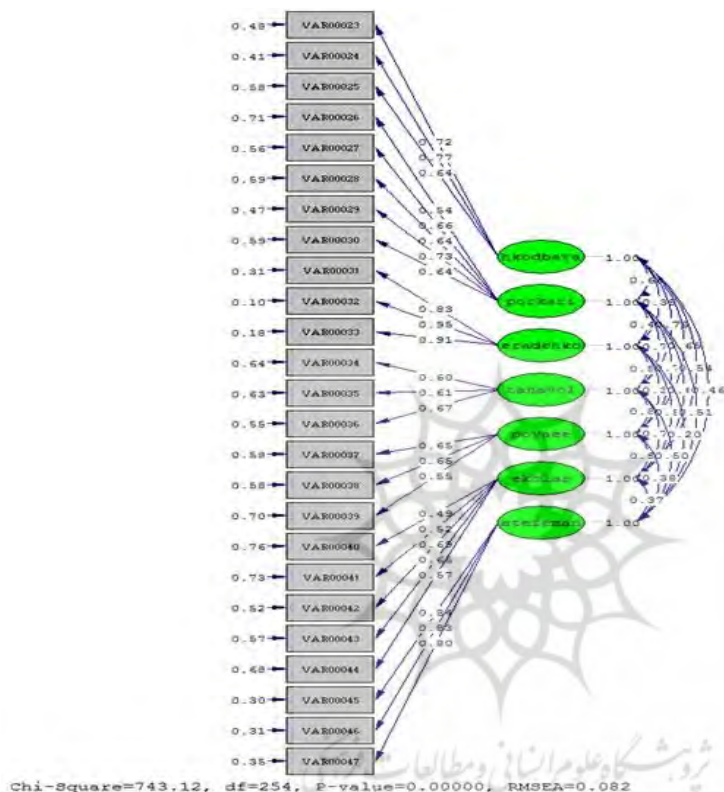


Chi-Square=743.12, df=254, P-value=0.00000, RMSEA=0.082

شکل (۲) مدل نگرش جهادی در حالت اعداد معناداری

مدل اندازه‌گیری نگرش جهادی در حالت ضرایب استاندارد

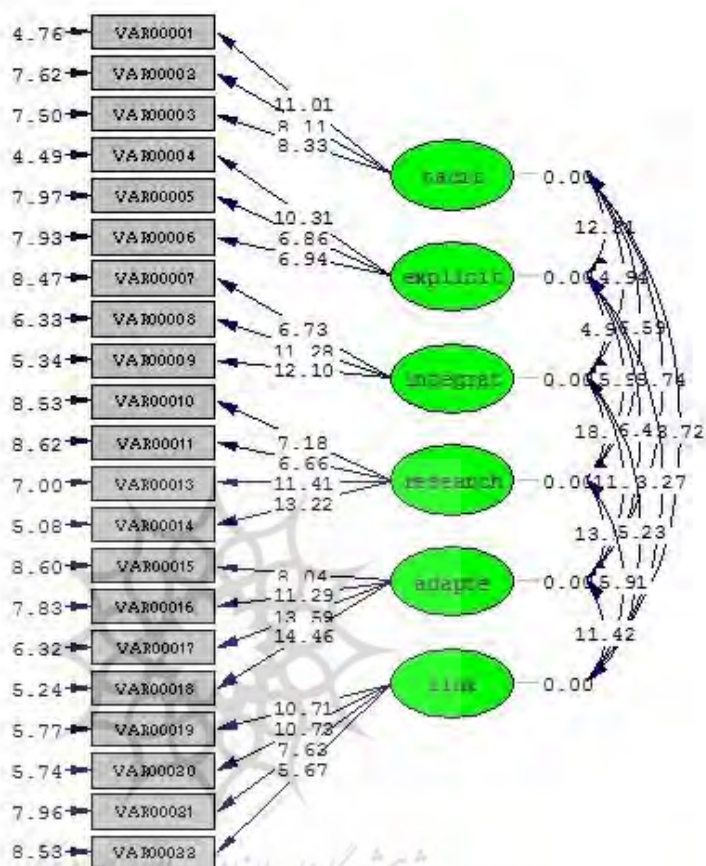
بر اساس شکل زیر می‌توان گفت بارهای عاملی متغیرهای مشاهده‌شده بر روی متغیرهای پنهان، بالاتر از ۰/۵ است و این نشان می‌دهد که پرسشنامه نگرش جهادی توانسته است، ابعاد آن را به‌درستی بسنجد.



شکل (۳) مدل نگرش جهادی در حالت ضرایب استاندارد

مدل اندازه‌گیری واسطه‌گری دانش در حالت اعداد معناداری

بر اساس شکل زیر، همه اعداد معناداری (آماره آزمون) از ۱/۹۶ بالاتر است. بنابراین مدل از روایی سازه برخوردار بوده و می‌توان بر بارهای عاملی متغیرهای مشاهده‌شده اعتماد کرد. همچنین بر اساس شکل زیر مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۸ است که مقدار قابل قبول بوده و نسبت کای دو به درجه آزادی هم بین ۱ تا ۳ و قابل قبول است.

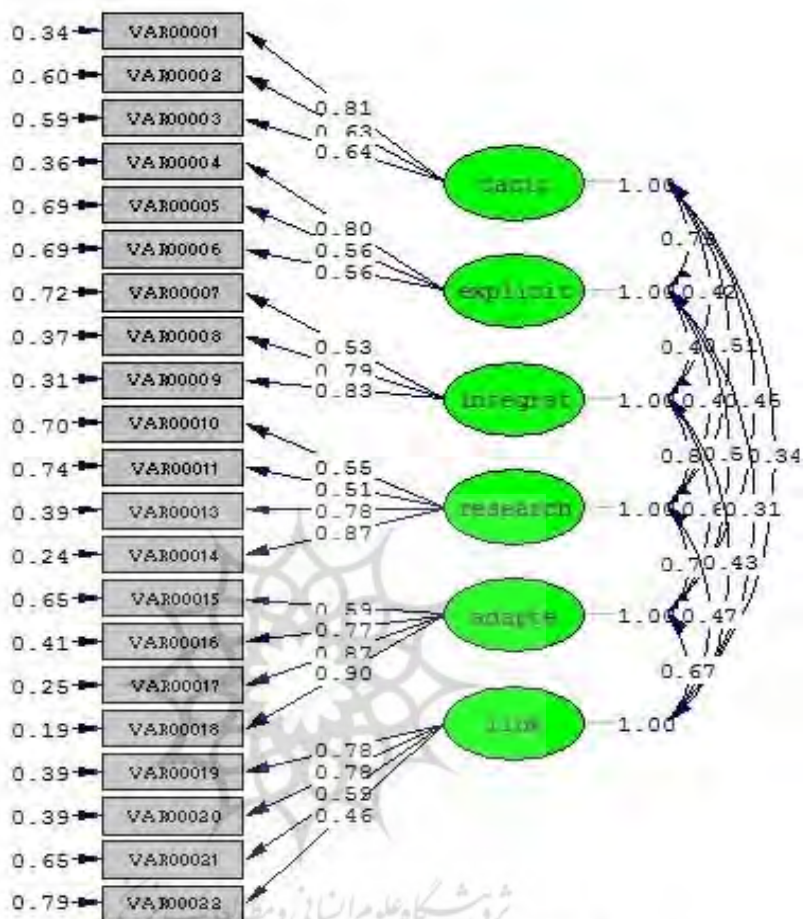


Chi-Square=361.75, df=174, P-value=0.00000, RMSEA=0.081

شکل (۴) مدل واسطه‌گری در حالت اعداد معناداری

مدل اندازه‌گیری واسطه‌گری دانش در حالت ضرایب استاندارد

در شکل زیر مدل استاندارد نشان داده شده است. در این مدل بارهای عاملی مرتبط با متغیرهای پنهان شش‌گانه واسطه‌گری دانش نشان داده شده و همه آن‌ها از ۰/۵ بالاتر هستند و مدل از برازش قابل قبول برخوردار است. همچنین در جدول شماره چهار، کلیه شاخص‌های برازش مدل معنادار است.



Chi-Square=361.75, df=174, P-value=0.00000, RMSEA=0.081

شکل (۵) مدل واسطه‌گری در حالت ضرایب استاندارد

جدول (۵) شاخص‌های برازش مدل

RMSEA	CFI	NFI	IFI	CMIN/DF	نوع شاخص
$\geq 0/08$	$\geq 0/9$	$\geq 0/9$	$\geq 0/9$	بین ۱ تا ۳	مقدار استاندارد
0/082	0/90	0/90	0/90	2/92	مدل اندازه‌گیری نگرش جهادی
0/081	0/90	0/90	0/89	2/07	مدل اندازه‌گیری واسطه‌گری دانش
0/081	0/93	0/90	0/93	2/29	مدل ساختاری تحقیق

تعیین سطح واسطه‌گری و روحیه جهادی

برای تعیین وضعیت مناسب بودن یا نبودن روحیه جهادی و واسطه‌گری دانش از آزمون تی استفاده شده است که فرض آماری آن‌ها به‌قرار ذیل است:
 H0: وضعیت روحیه جهادی کارکنان مرکز نامناسب است.
 H1: وضعیت روحیه جهادی کارکنان مرکز مناسب است.

همان‌طور که در جدول شماره شش دیده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون تی برای متغیر روحیه جهادی کمتر از 0/05 است و نشان می‌دهد که فرض صفر مردود است و ادعای محقق مبنی بر مناسب بودن نگرش جهادی در مرکز مورد مطالعه تأیید می‌شود. چون هر دو دامنه منفی است؛ بنابراین مقدار مورد آزمون کمتر از میانگین است. اما در خصوص متغیر وابسته یعنی واسطه‌گری دانش باید گفت که چون سطح معنی‌داری مرتبط با آن بیش از 0/05 است، بنابراین فرض صفر تأیید می‌شود و نشان می‌دهد که وضعیت واسطه‌گری دانش در این مرکز مناسب نیست. (جدول ۶)

جدول (۶) آزمون تی تک نمونه‌ای متغیر مستقل و وابسته

	ارزش آزمون-۳					
	تی	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪	
					پایین	بالا
واسطه‌گری دانش	0/080	۱۶۴	0/963	0/038	-0/0910	0/0987
روحیه جهادی	31/857	۱۶۴	0/000	-1/131	-1/2013	-1/061

حال باید، ابعاد نگرش جهادی، تک‌تک آزمون شود. همان‌طور که در جدول شماره هفت دیده می‌شود، تمام ابعاد نگرش جهادی در مرکز مورد مطالعه قابل تأیید است ولی در حد متوسط قرار دارد. بنابراین می‌توان گفت که کارکنان مرکز دارای روحیه جهادی هستند.

جدول (۷) آزمون تی تک نمونه‌ای ابعاد روحیه جهادی

	ارزش آزمون-۳					
	تی	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪	
					پایین	بالا
پویایی و سرعت عمل	-۲۶/۱۶۸	۱۶۴	۰/۰۰۰	-۱/۱۶۵۶	-۱/۲۵۳	-۱/۰۷۷
وفاداری	-۲۴/۹۹۸	۱۶۴	۰/۰۰۰	-۱/۱۴۰۶	-۱/۲۳۰	-۱/۰۵۰
عاطفه معنوی	-۱۴/۱۹۵	۱۶۴	۰/۰۰۰	-۰/۸۲۶۲	-۰/۹۴۱	-۰/۷۱۱
باور به اراده الهی	-۲۸/۷۷۳	۱۶۴	۰/۰۰۰	-۱/۵۲۹۲	-۱/۶۳۴	-۱/۴۲۴
سخت‌کوشی	-۲۱/۹۰۲	۱۶۴	۰/۰۰۰	-۰/۰۳۸۷	-۱/۱۳۲	-۰/۹۴۵
خودباوری و اعتمادبه‌نفس	-۲۹/۳۶۹	۱۶۴	۰/۰۰۰	-۱/۲۸۸۸	-۱/۳۷۵	-۱/۲۰۲
تحول‌گرایی	۱۷/۹۹۹	۱۶۴	۰/۰۰۰	-۰/۹۸۳۸	-۱/۰۹۱	-۰/۸۷۵

همچنین در خصوص سطح واسطه‌گری دانش، بر اساس جدول شماره هشت، باید گفت که اکتساب دانش ضمنی در مرکز نظامی در وضعیت مناسبی قرار دارد و میانگین آن بالاتر از متوسط است. همچنین سطح معناداری بعد "یکپارچه‌سازی دانش" هم کمتر از ۰/۰۵ است و وضعیت این متغیر هم مناسب است ولی مقدار آن کمتر از میانگین است. سایر ابعاد واسطه‌گری دانش از جمله ایجاد پیوند، "منطبق سازی نتایج تحقیقات"، اکتساب دانش صریح" و انتشار نتایج تحقیقات" در وضعیت مناسبی قرار ندارد.

جدول (۸) آزمون تی تک نمونه‌ای ابعاد واسطه‌گری دانش

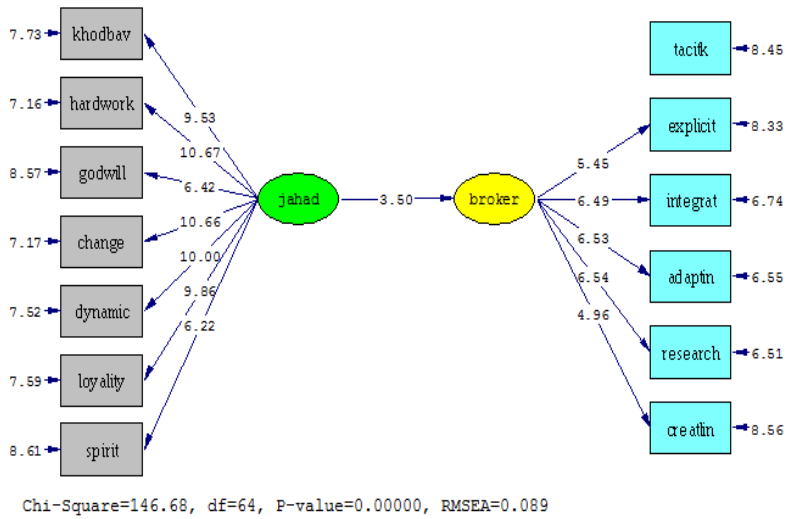
	ارزش آزمون-۳					
	تی	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪	
					پایین	بالا
اکتساب دانش ضمنی	۳/۵۶۵	۱۶۴	۰/۰۰۰	۰/۲۳۴۳	۰/۱۰۴	۰/۳۶۴
اکتساب دانش صریح	-۱/۰۱۳	۱۶۴	۰/۳۱۲	-۰/۰۶۸۶	-۰/۲۰۲	۰/۰۶۵
یکپارچه‌سازی دانش	-۶/۱۹۴	۱۶۴	۰/۰۰۰	-۰/۳۷۹۸	-۰/۵۰۰	-۰/۲۵۸
منطبق سازی تحقیقات	۰/۰۹۷	۱۶۴	۰/۹۲۲	۰/۰۰۶۰	-۰/۱۱۶	۰/۱۲۸
انتشار نتایج تحقیقات	۰/۹۰۲	۱۶۴	۰/۳۶۸	۰/۰۶۳۶	-۰/۰۷۵	۰/۲۰۲
ایجاد پیوند	۱/۶۷۱	۱۶۴	۰/۰۹۷	۰/۱۱۰۶	-۰/۰۲۰	۰/۲۴۱

مدل ساختاری تأثیر نگرش جهادی

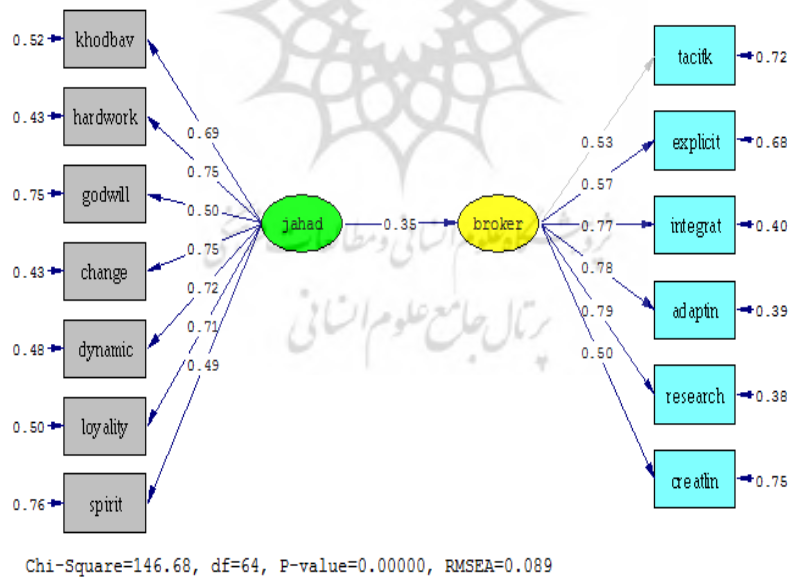
در این قسمت مدل علی تأثیر متغیر مستقل بر وابسته در دو نرم‌افزار لیزرل و آموس جداگانه آزمون شده است که نتایج هر کدام مشابه است.

الف) بررسی مدل ساختاری در نرم‌افزار لیزرل

بر اساس خروجی نرم‌افزار لیزرل و مشاهده مدل استاندارد و مدل معناداری، می‌توان گفت که آماره تی بین مثبت و منفی ۱/۹۶ است و در نتیجه ضرایب مسیر معنادار است و می‌توان گفت که بارهای عاملی دو متغیر مستقل و وابسته بیش از نیم است. در بین بارهای عاملی متغیر واسطه‌گری دانش، فقط بار عاملی اکتساب دانش ضمنی معنادار نیست و بقیه بارهای عاملی بیش از نیم می‌باشند و این بدان مفهوم است که متغیرهای اکتساب دانش صریح، یکپارچگی دانش جدید، سازگاری نتایج تحقیقات، انتشار نتایج تحقیقات و خلق پیوند می‌توانند عاملی به نام واسطه‌گری دانش را به وجود آورند و تحت این نام دسته‌بندی شوند. از طرفی بر اساس مدل استاندارد و معناداری می‌توان گفت که بارهای عاملی ابعاد متغیر مستقل (نگرش جهادی)، همگی معنادار هستند و کمترین بار عاملی مربوط به عاطفه معنوی است که مقدار آن کمتر از نیم است. همچنین در خصوص میزان برآزش مدل ساختاری تأثیر نگرش جهادی بر میزان واسطه‌گری دانش در مرکز مورد مطالعه، می‌توان گفت که حداقل دو شاخص معنادار هستند (جدول شماره ۹)؛ یعنی IFI و CFI که بالای ۰/۹ است و نسبت کای دو به درجه آزادی هم کمتر از سه است. همچنین شاخص RMSEA، 0/089 است که باید مقدار آن کمتر از ۰/۰۸ باشد؛ بنابراین می‌توان گفت که مدل ساختاری تأثیر نگرش جهادی بر فعالیت‌های واسطه‌گری دانش، معنادار بوده و ضریب مسیر بین متغیر مستقل و وابسته، ۰/۳۵ است که در نرم‌افزار آموس هم، همین نتیجه حاصل شد.



شکل (۶) مدل در حالت معنی داری



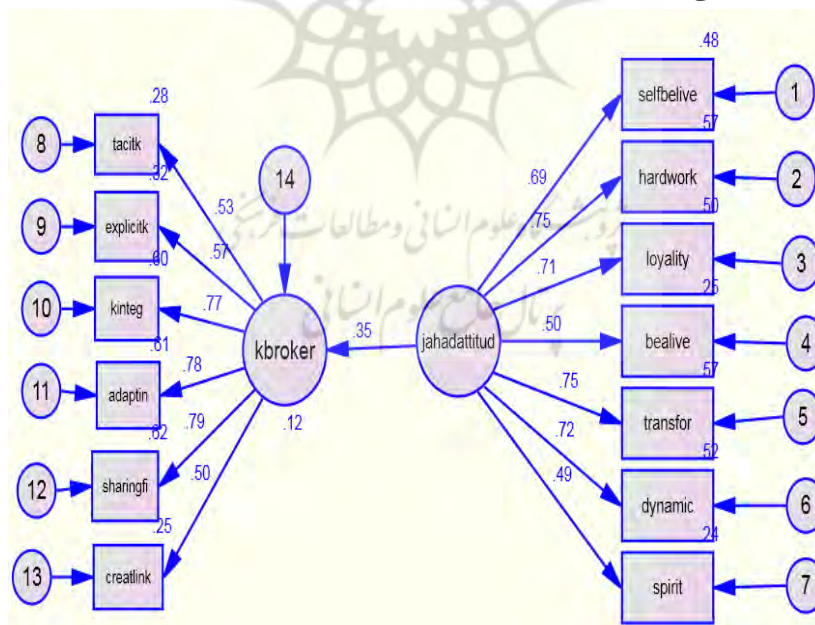
شکل (۷) مدل در حالت استاندارد

جدول (۹) شاخص‌های معناداری مدل ساختاری

GFI	NFI	CFI	RFI	IFI	X2/DF	نوع شاخص
۰/۸۸	۰/۸۹	۰/۹۳	۰/۷۸	۰/۹۳	۲/۲۹	مقدار

ب) بررسی مدل ساختاری مدل در نرم‌افزار Amos

همان‌طور که در خروجی نرم‌افزار Amos دیده می‌شود، بارهای عاملی متغیر مستقل و وابسته، بالای نیم است. در بین ابعاد نگرش جهادی بار عاملی متغیر عاطفه معنوی کمتر از نیم بوده و متغیر سخت‌کوشی و تحول‌گرایی بیشترین بار عاملی را دارند. همچنین در خصوص متغیر وابسته تحقیق یعنی واسطه‌گری دانش، بار عاملی متغیر خلق پیوند با واسطه‌گری دانش کم بوده و بیشترین بار عاملی مربوط به متغیر "انتشار نتایج تحقیقات" است که مقدار آن ۰/۷۹ است. همچنین شدت تأثیر متغیر مستقل (نگرش جهادی) بر وابسته ۰/۳۵ است. در خصوص شاخص‌های برازش مدل باید گفت که نسبت کای دو به درجه آزادی کمتر از سه بوده و همچنین شاخص RMSEA مقدار ۰/۰۸۹ را نشان می‌دهد. در بین شاخص‌های برازش، TLI بیش از ۰/۹ بوده و دو شاخص برازش تطبیقی کمتر از مقدار استاندارد است.



شکل (۸) مدل ساختاری تأثیر نگرش جهادی بر واسطه‌گری دانش در آموس

جدول (۱۰) شاخص‌های برآزش نرم‌افزار در آموس

نوع شاخص	CMIN/DF	IFI	TLI	CFI	RMSEA
مقدار استاندارد	بین ۱ تا ۵	بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۹	بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۹	بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۹	کوچک‌تر از ۰/۰۸
مقدار خروجی	۲/۳۵۱	۰/۸۳۶	۰/۹۱	۰/۸۸۵	۰/۰۸۹

نتیجه‌گیری

در چند دهه اخیر، تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی با توجه به اصول اقتصاد دانش‌بنیان به‌عنوان راهی برای تولید ثروت از طریق سرمایه‌های انسانی و اجتماعی مطرح شده است. امروزه متصدیان فن‌آوری می‌دانند که ویژگی عصر دانایی استفاده از نوآوری در فن‌آوری و تولید محصول است که این امر با تجاری‌سازی آخرین دستاوردهای فن‌آوری برآمده از ایده‌های خلاقانه قابل دستیابی است. رقابت در بازار دانش‌محور امروز مستلزم ادغام دانش‌های نوین با صنعت است. صنعتی که بی‌بهره از دانش روز باشد، محکوم به زوال بوده و از طرف دیگر، دانش بدون کاربرد در صنعت بی‌ارزش قلمداد می‌شود و این نشان‌دهنده‌ی ضرورت پیوند دانشگاه با صنعت است. در سال‌های اخیر و در کشورهای پیشرفته، لزوم توجه به روش‌های جدید ارتباط صنعت و دانشگاه و افزایش حجم این ارتباط در قالب شرکت‌های دانش‌بنیان و واسطه‌گر، اتخاذ سیاست‌های مناسب برای کمک به تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی را به یکی از دغدغه‌های اصلی دولت‌ها در این حوزه تبدیل کرده است.

یکی از استراتژی‌های امیدبخش^۱ برای حل این مشکلات ارتباطی صنعت و دانشگاه و بهره‌مندی از یافته‌های پژوهشی، واسطه‌گری دانش است، چراکه این امر تعاملات بین محققان و سیاست‌گذاران را از طریق توسعه درک متقابل از اهداف و فرهنگ‌های نقش‌آفرینان افزایش داده و بدان طریق مسائل و مشکلات برای تصمیم‌گیری و راه‌حل‌یابی، شناسایی خواهند شد. تسهیل واسطه‌گری دانش بین صنعت و دانشگاه، درون دانشگاه‌ها، و درون صنایع نیازمند پیشران‌های مختلف فرهنگی، ساختاری و فناورانه است. با توجه به اهمیت تولیدات و صنایع نظامی بومی در کشور و جدیت در امر شرکت‌های دانش‌بنیان، در این تحقیق از الگوی جهادی به‌عنوان یک پیشران در جهت کمک به واسطه‌گری دانش و دستاوردهای تحقیقاتی بین مراکز تحقیقاتی

استفاده شده است. بر اساس مدل این تحقیق می‌توان گفت که در سازمان‌هایی که افراد آن پرکار، معنویت‌گرا، خودباور، خداباور، تحول‌گرا و وفادار هستند، فعالیت‌های واسطه‌گری دانش (اکتساب دانش ضمنی و صریح، یکپارچه‌سازی دانش، منطبق‌سازی نتایج تحقیقات، انتشار نتایج تحقیقات، خلق پیوندها) بیشتر است. بنابراین می‌توان با ارتقای نگرش جهادی در سازمان، واسطه‌گری دانش را ارتقاء داد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج و یافته‌های آماری تحقیق و تأثیر ۳۵ درصدی نگرش جهادی بر تسهیم و واسطه‌گری دانش، پیشنهاد می‌شود که نگرش جهادی کارکنان از طریق اقدامات تشویقی مادی و معنوی تقویت شود. با توجه به اینکه بار عاملی متغیر سخت‌کوشی و تحول‌گرایی از سایر متغیرهای این بعد (نگرش جهادی) بیشتر است. بنابراین بایستی با ارائه الگوهای موفق خارجی و داخلی، روحیه سخت‌کوشی و تحول‌گرایی را در کارکنان تقویت کرد. بر اساس آزمون تی تک نمونه‌ای، در خصوص متغیر وابسته تحقیق (واسطه‌گری دانش) باید گفت که اکتساب دانش ضمنی از وضعیت مناسبی برخوردار است. بنابراین پیشنهاد می‌شود کسب و انباشت این نوع از دانش در ابعاد مختلف در بین کارکنان تقویت شود و به دانش‌اندوزان پاداش داده شود. بر اساس آزمون تی، منطبق‌سازی یافته‌های تحقیقاتی ضعیف است. بنابراین پیشنهاد می‌شود یافته‌های تحقیقاتی در قالب‌های گرافیکی جذاب و به زبان ساده به کارکنان انتقال داده شود. همچنین پیشنهاد می‌شود پیوندهای بین سازمانی (دانشگاه‌ها، سازمان‌های ملی و بخش‌های مختلف آجا) از طریق تأسیس چند انجمن خبرگی ایجاد و تقویت شود. پیشنهاد می‌شود کارکنان دانشی با مشاوران و محققان خارجی تماس داشته باشند تا یافته‌های تحقیقاتی جدید را به سازمان تزریق کنند. پیشنهاد می‌شود به کارکنان نقد و مطالعه‌کننده نشریات داخلی مرکز به صورت دوره‌ای جوایزی اهدا شود. پیشنهاد می‌شود افرادی که در امر واسطه‌گری دانش، به صورت بیش فعالانه عمل می‌کنند از نظام‌های کاری منعطف، بهره‌مند گردند. با توجه به اینکه بخش مهمی از واسطه‌گری دانش، تبیین دانش صریح و ضمنی است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود علاوه بر مستندسازی دانش ضمنی پیشکسوتان مرکز و تبدیل آن به دانش صریح، انگیزه‌های لازم برای مطالعه دانش مستند شده پیشکسوتان ایجاد شود. واژه جهاد و دانش اخیراً در اسناد نیروهای مسلح در کنار هم قرار گرفته است و واژگانی همانند جهاد علمی، مدیریت جهادی دانش و قرارگاه جهادی مدیریت دانش مطرح شده است. بنابراین پیشنهاد می‌شود، همکاری‌های بین سازمانی ارتش و سپاه از یک طرف و دولت از طرف دیگر به صورت جهادی دنبال شود.

منابع

- بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی.
- عباسی، محمود و همکاران. (۱۳۹۱). تعریف مفهومی و عملیاتی سازی سلامت معنوی: یک مطالعه روش شناختی. *فصلنامه اخلاق پزشکی*. سال ششم، شماره بیستم: صص ۱۵۷-۱۶۸
- علیجان زاده، مهران؛ عربلو، جلال؛ محبی فر، رفعت و کیایی، ذکریا. (۱۳۸۹). "استفاده از واسطه‌گری دانش و نوآوری در ارتقاء سیاست‌گذاری مبتنی بر شواهد" دانشگاه علوم پزشکی قزوین
- قانع‌ی راد، محمد امینی. (۱۳۹۲). *ناهم‌زمانی دانش، روابط علم و نظام‌های اجتماعی و اقتصادی در ایران- مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور*.
- کریمی، سعید. (۱۳۸۹). "نقش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در نظام دانش و اطلاعات کشاورزی" دانشگاه بوعلی سینا- موجود در www.jkmt.ir
- محمدی فاتح، اصغر. (۱۳۹۱). نقش واسطه‌گری دانش در ارتقاء ظرفیت سیاست‌گذاری. *مجموعه مقالات چهارمین کنفرانس ملی مدیریت دانش*. تهران. سالن دانشگاه شهید بهشتی.
- ملک، حسنی. (۱۳۹۳). "عنصر سرعت عمل در مدیریت جهادی" موجود در سایت فارس نیوز.
- یاراحمدی خراسانی، مهدی. (۱۳۹۳). *ابعاد و مؤلفه‌های مدیریت جهادی*، موجود در harfeakhar.com تاریخ مشاهده: دهم آذر ۹۳
- Bernardt Y., R. Kerste & J. Meijaard (2002). *Spin-Off Startups In The Etherlands: At Firstglance*. E.I.M., Zoetermeer.
- Billington.C. and Davidson, RH. (2010) " ideas influence people outside the organization in the organization problems" *Mckinsey Quarterly*.
- CHSRF – Canadian Health Services Research Foundation (2003) "*Knowledge Brokering in canada's Health system*". Preliminary Report.
- Cummings, s. Kiwanuka, s Gillman, .H. and Regeer, B. (2018). The future knowledge brokering: perspectives from a generational framework of knowledge management for international development. *Information Development*. 2019, Vol. 35(5) 781–794
- Deborah H. David G. Deirdre O.(2009), "Evaluating health policy capacity: Learning from international and Australian experience" *Australia and New Zealand Health Policy*
- Degeeter, M.J., (2004). Strategy, Tactics and Economics for Business Success. *Technology Commercialization Manual*.
- Druilhe, C., & Garnsey, E. (2004). Do Academic Spin-Outs Differ And Does It Matter? *The Journal Of Technology Transfer*

- Gans, J.S., Stern, S., (2003). *The Product Market and the Market for "Ideas": Commercialization Strategies*.
- Grim, H., Jaenicke, J (2010), *What Drivers Patenting And Commercialization Activity At East German Universities? The Role of New Public Policy, Institutional Environment and Individual Prior Knowledge*.
- Hammami, H. Amara, N. and Landry, R. (2013). Organizational climate and its influence on brokers' knowledge transfer activities: A structural equation modeling. *International Journal of Information Management* 33 (2013) 105– 118
- Hellstron, E. (2019). *Knowledge brokering starts with recognising the nature of the problem*. conducted under the Finnish Innovation Fund Sitra's Knowledge in Decision-Making project. Sitra.fi
- John A. Turner (1998). Shyam Kocha, Don Montgomery, Mark Peterson and Solar Energy Materials and Solar Kennedy Hp. *Enhancing Delphi Research: Methods and Results*. J Adv Nurs 2004 Mar; 45(5): 504-11.
- Karner, s., rohracher, h., bock. B, hoekstra, f., and moschitz. H. (2011)" *knowledge brokerage in communities of practice*", the european commission's seventh framework programme.
- Kislov R, Wilson P and Boaden R (2017) the "dark side" of knowledge brokering. *Journal of Health Services Research & Policy* 22(2):107–112. doi:10.1177/1355819616653981
- Michaels, S. (2009) Matching knowledge brokering strategies to environmental policy problems and settings. *Environmental Science and Policy* 12 (2009): 994-1011.



پروژه پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی