

ارائه الگوی پیاده سازی مدیریت دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی

مهناز خداداد^۱، فهیمه باب الحوائجی*^۲، عصمت مؤمنی^۳

بازیابی دانش و نظام‌های معنایی

سال هفتم، شماره ۲۸، پاییز ۱۴۰۰، ص ۱۲۷ تا ۱۶۰

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۱/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۰

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی پیاده‌سازی مدیریت دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی انجام شده است. روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش آمیخته با دو روش کمی و کیفی. ابزار گردآوری داده در بخش کمی و کیفی، پرسشنامه محقق ساخته با استفاده از شاخص‌های مدل پایه‌های ساختمان پروبست بوده است. جامعه پژوهش در بخش کیفی شامل ۲۱ نفر مدیران و متخصصان دانش و کارشناسان خبره حوزه هنری و در بخش کمی شامل کارشناسان شاغل در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی شامل ۳۵۰ نفر بر اساس جدول مورگان به تعداد ۱۳۴ نفر که به روش هدفمند انتخاب شده‌اند. یافته‌های پژوهش: در پژوهش حاضر با توجه به نتایج سه راند دلفی هفتاد مقوله در ۸ شاخص شناسایی، اکتساب، توسعه، توزیع، حفاظت، استفاده، اندازه‌گیری و اهداف دانش با نظر خبرگان و متخصصان شناسایی شد. خلاصه آماری برحسب درجه اهمیت ۸ شاخص مدیریت دانش نشان داد که شاخص اهداف دانش با میانگین کل ۴/۶۲، شاخص توسعه دانش با میانگین کل ۴/۲۶، شاخص توزیع دانش با میانگین کل ۴/۱۸ و شاخص حفاظت دانش با میانگین کل ۴/۱۷ بالاترین میانگین‌ها را کسب کرده‌اند. شاخص شناسایی دانش، حفاظت دانش و اکتساب دانش به‌طور اجماع قوی هماهنگ است. یافته‌های بخش کمی نشان داد که شاخص شناسایی دانش، اکتساب دانش، توسعه دانش، توزیع دانش، حفاظت دانش، استفاده دانش، اندازه‌گیری دانش، به‌طور کلی در مدیریت دانش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با میانگین ۵۵/۲

۱. دکتری تخصصی رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی، حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی.

۲. * دانشیار گروه علوم ارتباطات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده

مسئول).

۳. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

پایین‌تر از حد متوسط بوده‌اند. نتیجه‌گیری: در صورت پیاده‌سازی نظام مدیریت دانش با تأکید بر مدل پایه‌های ساختمان دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، مدل مذکور می‌تواند در کلیه واحدهای حوزه هنری به کار گرفته شود تا از طریق شناسایی دانش در داخل سازمان و خارج از سازمان و بحث و تبادل دانش بین تأمین‌کنندگان دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی صورت پذیرد، اکتساب دانش، پیاده‌سازی مدیریت دانش جهت بهبود روند فعالیت‌های این سازمان، با توجه به اینکه توسعه دانش از طریق فرآیند یادگیری آموزش باشگاه مکتب مهر و ارزیابی کاربران نسبت به کیفیت خدمات در واحد هنری، و فرایند یادگیری دانش و ایجاد سامانه‌های تعاملی مدیریت اطلاعاتی مناسب در حوزه هنری مشهود نیست. در بخش توزیع دانش از طریق برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی در بخش حفاظت دانش از طریق تأکید بر ایجاد و نگهداری پایگاه دانش (مانند سوره مهر)، استفاده دانش از طریق ایجاد ساختار گروه بحث، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت به منظور استفاده دانش (مانند اتوماسیون، سامانه جشنواره‌ها)، اندازه‌گیری دانش از طریق ایجاد فرهنگ سازمانی و مستندسازی مستمر اطلاعات و دانش مهارت کارکنان و رسمیت بخشی به دانش سازمانی دعوت از صاحبان دانش‌های مرتبط با فعالیت‌های شرکت جهت حضور و ارتباط کارکنان با آن‌ها.

واژگان کلیدی: مدل ساختمان دانش، مدیریت دانش، حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه و بیان مسئله

در عصر اطلاعات، مزیت اصلی در سرمایه دانش نهفته است. دانش در دنیای پیشرفته امروز به سرعت در حال تبدیل شدن به مزیت رقابت اصلی سازمانها است (فراهانی، ۱۳۸۸). مدیریت دانش یکی از راههای بهبود بخشیدن به شرایط بقای سازمان است، زمانی به طور موفقیت آمیز در سازمان اجرا می گردد که از قبل زمینه فرهنگی مناسب با این نظام بستر سازی شده باشد؛ چراکه هدایت نمودن دانایی موجود سازمان یک امر مردمی است و به طور کامل مربوط به منابع انسانی می گردد و تابعی از فرهنگ کارکنان سازمان است. سازمانها باید برای اجرای موفق مدیریت دانایی، فرهنگ متناسب با آن را ایجاد نموده و بر اساس آن عمل نمایند (ریبیعی و معالی، ۱۳۹۳). مدیریت دانش مفهومی میان رشته ای است و تأکید آن بر دانش، آن را از سایر رویکردهای مدیریت متمایز می کند. در واقع قبل از ارائه تعاریفی از مدیریت دانش بایستی گفت این دو مفهوم یعنی مدیریت و دانش از هم جدا نیستند و به منظور افزایش قابلیت های سازمانی و همچنین ایجاد مزید رقابتی سازمانها در کنار یکدیگر و مکمل هم قرار می گیرند (تیم و رلی، ۲۰۱۷). تولید و انتشار دانش، حاصل تعامل انسانها در حین کار است. اینها ممکن است در ذهن افراد شکل گیرد، اما اساسی ترین واحد تولید دانش، تیم های کاری هستند. به رغم اینکه در هزاره جدید، مدیریت دانش قابلیت اصلی بسیاری از سازمان های موفق را شکل می دهد، ارائه تعریف دقیقی از مدیریت دانش کار ساده ای نیست، زیرا، مدیریت دانش فناوری نیست، اما برای افزایش اثربخشی، کاربرد فناوری برای استقرار مدیریت دانش ضروری است مدیریت دانش، دستورالعمل یا راهبرد اجرایی نیست، در عین حال، راهبردی برای موفقیت مدیریت دانش لازم است. مدیریت دانش، راهبرد کسب و کار نیست، با وجود این ضروری است راهبردهای کسب و کار با اصول مدیریت دانش هم جهت باشند (عدلی، ۱۳۸۴).

حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با ارائه پوشش های حمایتی در قالب طرح ها و پروژه های فرهنگی و هنری با محوریت دین و ارزش های مذهبی در تلاش است تا ضمن

انجام وظایف اصلی خود، طیف وسیعی از اقشار جامعه اعم از هنرمندان، جوانان، علاقه‌مندان و افراد دارای استعداد را حمایت و پشتیبانی نماید. این مؤسسه با برگزاری جلسات گروهی، با شرکت علاقه‌مندان رشته‌های مختلف و نیز با برگزاری مسابقات و شب‌های شعر، مسابقات طراحی و نقاشی فراخوان برای مقالات ارزشمند در زمینه‌های گوناگون تلاش می‌نماید تا علاوه بر معرفی مجامع سالم و هدفمند برای حضور فعال هنرمندان و جوانان و سایر علاقه‌مندان، گامی مؤثر در راستای تأمین خدمات اجتماعی و فرهنگی بردارد. تا به امروز هیچ‌گونه کنترلی بر دانش مکتوب و غیر مکتوب^۱ (دانش موجود در اذهان^۲) در این سازمان صورت نگرفته و اطلاعات مدون تولید شده در داخل سازمان نیز به‌ندرت به گونه‌ای مجتمع و یکپارچه جمع‌آوری و در چارچوبی نظام‌مند مدیریت شده است. بر اساس تبیین شیوه‌های «نظام مشارکتی» در میان افراد سازمان، کاربرد مدیریت دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی می‌تواند از اثربخشی بیشتری برخوردار شود.

نقش هنر در خلق اطلاعات و دانش، منجر به ارزش افزوده و تولید محتوا می‌گردد. هدایت و جهت‌دهی محتوای مذکور نیاز به شناسایی، کسب و تسهیم و توزیع دانش تولید شده دارد که در بلندمدت در اهداف و ارزیابی سازمان حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی تأثیر می‌گذارد عدم جلسات بحث و تبادل نظر به‌منظور مبادله دانش، عدم ایجاد و نگهداری پایگاه دانش، عدم بایگانی از توانایی‌ها و ظرفیت‌های دانش داخلی و خارجی، عدم توجه و الگویابی از منابع دانش موجود، عدم تعیین اهداف دانش سازمانی و درنهایت به دلیل نبود تصویری از دانش سازمان و عدم شناسایی دانش بالقوه در سازمان و کسب دانش بالفعل به‌منظور تولید دانش و عدم یکپارچه‌سازی دانش بالقوه و بالفعل در نظام مدیریت دانش در این حوزه و نیز اهمیت محتوای تولید شده که برگرفته از فرهنگ و بوم سرزمین مادری است. و نیز، ارائه الگوی پیاده‌سازی مدیریت دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی ضروری به نظر می‌رسد.

1. Non-written knowledge
2. Knowledge in mind

پژوهش حاضر بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش^۱ توسط پروبست، روب و رومهارت (۲۰۰۲)^۲ درجه اهمیت ۸ شاخص شناسایی دانش، اکتساب، توسعه، توزیع، حفاظت، استفاده، اندازه‌گیری و اهداف دانش را در ۲. سیکل درونی و بیرونی مشخص کرده است. بنابراین، درصدد پاسخ به این پرسش است که میزان اهمیت شاخص‌های مدیریت دانش بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی چقدر است؟ الگوی مناسب برای استقرار مدیریت دانش بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی کدام است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مدل پایه‌های ساختمان دانش: توسط «پروبست، روب و رومهدت»^۳ (2002) به نام «مدل پایه‌های سنگ بنای ساختمان مدیریت دانش» نام‌گذاری شده است. نحوه عملکرد پایه‌های این مدل شامل: تعیین هدف‌های دانش: هدف‌های مدیریت دانش، باید از هدف‌های اصلی سازمان نشأت گرفته و در دو سطح استراتژیک و عملیاتی مشخص شوند. شناسایی دانش: با طرح این پرسش که «آیا می‌دانیم که چه می‌دانیم؟» باید انجام این وظیفه مدیریت دانش؛ یعنی مرحله کشف دانش را آغاز کرد. بسیاری از سازمان‌ها به خاطر ناآشنا بودن با دانش خود، در تصمیم‌گیری‌ها و هدف‌گذاری‌هایشان دچار مشکل می‌گردند. توسعه دانش: با توجه به پایه‌های موجود، باید دانش سازمان را گسترش داد، البته این امر، شامل توسعه قابلیت، محصول، ایده‌های جدید، فرآیندها و... مسائلی از این دست می‌شود. تسهیم دانش: مسائلی همچون چگونگی به اشتراک‌گذاری دانش موجود و انتقال آن به محل مناسب و مور نیاز و چگونگی انتقال دانش، به گونه‌ی که در سازمان قابل دسترسی و استفاده باشد. استفاده از دانش: اطمینان به استفاده مفید از دانش در سازمان، مربوط به این قسمت است. در این بخش، موانعی بر سر راه استفاده مفید از دانش جدید است که باید شناسایی و رفع شوند تا از آن بتوان، به‌طور عملی در ارائه خدمات و محصولات دانش

1. Building Blocks of Knowledge
2. Probes and Robhart, Romhart
3. probes & Rabun & Rohmer

استفاده کرد. نگهداری دانش: ذخیره، نگهداری و روزآمد کردن دانش به این بخش مربوط می‌شود. این روش، از نابودی دانش جلوگیری کرده و به آن اجازه مورداستفاده قرار گرفتن را می‌دهد که البته در این راستا باید سازوکارهای مناسبی برای به‌روز کردن سیستم ایجاد شود. ارزیابی دانش: نحوه رسیدن به هدف‌های معین و استفاده از نتایج آن به‌عنوان بازخورد، برای تعیین یا اصلاح هدف، به این بخش مربوط است. با نگاه به نتایج بعضاً کیفی این فرآیند، ضروری است، آن‌ها را با توجه به نتایج کمی و هزینه‌های انجام شده در این زمینه، مورد ارزیابی قرار داد (کیانفر، ۱۳۹۷).

احمدی اصل (۱۳۹۹)، در پژوهش خود با عنوان مدیریت دانش در فرماندهی نظامی استان آذربایجان شرقی، بیان داشت موانع اصلی در رابطه با مدیریت دانش در فرماندهی نظامی استان این پژوهش با هدف سنجش وضعیت مدیریت دانش و شناسایی موانع موجود بر سر راه اشتراک‌گذاری و مستندسازی دانش در فرماندهی نظامی استان آذربایجان شرقی انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد موانع اصلی در رابطه با مدیریت دانش در فرماندهی نظامی استان شامل اعتماد، ارتباطات، مدیریت سازمان، ساختار و تعهد و نیروی انسانی، فرهنگ و فناوری است. فرماندهی نظامی استان با تقویت هیئت‌های اندیشه‌ورز، مستندسازی تجارب، حذف موانع ساختاری و افزایش اعتماد بین فردی و سازمانی وضعیت مدیریت دانش را در این سازمان بهبود بخشید.

رونقی (۱۳۹۹)، در پژوهش خود با عنوان «ارزیابی بلوغ مدیریت دانش با استفاده از مجموعه فازی نوع دو» با هدف این پژوهش ارزیابی بلوغ مدیریت دانش با استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی تحت مجموعه فازی نوع دو است. به این نتیجه رسیده است، چگونگی به‌کارگیری تحلیل سلسله‌مراتبی تحت فازی نوع دو در ارزیابی بلوغ مدیریت دانش و اهمیت بالای ابعاد فناوری و فرایندها در بلوغ مدیریت دانش از بخش‌های مهم یافته‌های پژوهش است. تمرکز اصلی در سطح سوم بلوغ، مدیریت راهبرد، فرایندها و رویکردهای مدیریت دانش که در سطح دوم تعریف شده است.

اسپا، السیور(۲۰۱۹)^۱، نقش رهبری دانش محور(دانش بنیان) در نوآوری و شیوه های مدیریت دانش این مطالعه به طور تجربی رابطه بین اقدامات مدیریت دانش و نوآوری شرکت های خدماتی در کشورهای در حال توسعه را بررسی می کند. این پژوهش همچنین نقش میانجی کاربرد دانش را در رابطه بین اقدامات مدیریت دانش و نوآوری شرکت بررسی می کند. یافته ها همچنین نشان می دهد که کاربرد دانش نقش میانجی در رابطه بین تولید، انتشار و ذخیره سازی دانش و نوآوری شرکت دارد. این یافته ها حاکی از آن است که اقدامات مدیریت دانش به عنوان یک سلسله مراتب به نوآوری کمک می کنند، و این رابطه از طریق کاربرد دانش بیشترین تأثیر را در نوآوری شرکت دارد. نتایج نشان می دهد که تولید، ذخیره و کاربرد دانش تأثیر معنادار و مثبتی بر نوآوری شرکت دارد.

جسیس^۲، (۲۰۱۸)، در پژوهش خود با عنوان «مدل مدیریت دانش»، دانش سازمان در این مطالعه تعریف شده است، به عنوان منابع سازمان و فرصت های بازار، تولید پتانسیل دانش خود، پیچیدگی و مدیریت مؤثر آن را ایجاد می کند و پیش نیازهای لازم برای برآورده کردن نیازهای فردی کاربر در حال تغییر، ایجاد ارزش متقابل، منحصر به فرد بودن و رهبری در بازار جهانی را دارد. مدل مدیریت دانش فرآیندی است که توسط سازمان برای مدیریت پتانسیل دانش ارائه شده است، یک چرخه فرآیند و زنجیره ارزش ایجاد دانش را تشکیل می دهد. ادبیات علمی رویکردهای متفاوتی نسبت به فرآیندهای مدیریت دانش و دامنه آن ها ارائه می دهد. تجزیه و تحلیل ادبیات علمی نشان داد دانشمندان بیشتر در حال تحقیق در مورد فرآیندهای به اشتراک گذاری دانش، کاربرد، توسعه (ایجاد)، کسب و حفظ هستند.

باراو، الکساندر^۳(۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان استفاده از رویکرد مدیریت دانش در کسب شبکه های یادگیری سازمانی، فعالیت های مؤثر و پربازده مدیریت دانش در سازمان ها بر خلق دانش و انتقال آن تمرکز دارند. از این رو مسائلی همچون رقابت و هوش در محیط سازمانی بسیار حائز اهمیت خواهند بود. در اکثر سازمان های دانش محور، توسعه زمینه های

1. Spa Elsevier
2. Jesus
3. Bara,Aleksander

تخصصی و بهبود مستمر، جزء مسائل مهم محسوب می‌شوند. این تحقیق، به توسعه معماری دانش سازمانی و حمایت از فعالیت‌های مشارکتی و نیز تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مدل پیشنهادی و مسائل دیگر در زمینه توسعه سازمانی اشاره دارد. هدف اصلی تحقیق حاضر، ساخت معماری مناسب و استفاده از روش‌های مشارکتی شرکتی و نیز ارائه اشکال مختلفی از سیستم‌های مدیریت دانش است.

مندوزا^۱(۲۰۱۷)، در رساله دکتری خود به بررسی میزان ارزش و اهمیت اجرای مدیریت دانش در مراکز تحقیقاتی دولتی ایالات متحده آمریکا در طی ده سال گذشته، پرداخت. در این پژوهش مدیریت دانش را به عنوان یک نیاز رسمی و یا به عنوان بخشی از راهبردهای سازمان‌ها، مورد مطالعه و توجه قرار داده شده است و اینکه مدیریت دانش می‌تواند باعث بهبود بهره‌وری و افزایش بازده و ایجاد فرصت‌های رقابتی در سازمان‌های مورد مطالعه شود. برخی از راهبردهای مدیریت دانش صرفاً ترکیبی از تجزیه و تحلیل، یادداشت‌ها و سوابق مدیریت (دانش آشکار) را ثبت می‌کند. در حالی که ارزش و اعتبار راهبردهای دیگر مدیریت دانش بر اساس مشاهدات صورت گرفته شده، شامل تغییر فرهنگ و سهیم ساختن اطلاعات (دانش پنهان) است.

هدف اصلی پژوهش

این پژوهش در پی دستیابی به هدف اصلی زیر است:
ارائه الگوی پیاده‌سازی مدیریت دانش بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی.

اهداف فرعی پژوهش

میزان اهمیت شناسایی دانش، اکتساب دانش، توسعه دانش، توزیع دانش، حفاظت دانش، استفاده دانش، اندازه‌گیری دانش، اهداف دانش از نظر کارشناسان حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی.

پرسش های پژوهش

۱. میزان اهمیت شاخص «شناسایی دانش» بر اساس مدل پایه های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی چقدر است؟
۲. میزان اهمیت شاخص «اکتساب دانش» بر اساس مدل پایه های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی چقدر است؟
۳. میزان اهمیت شاخص «توسعه دانش» بر اساس مدل پایه های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی چقدر است؟
۴. میزان اهمیت شاخص «توزیع دانش» بر اساس مدل پایه های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی چقدر است؟
۵. میزان اهمیت شاخص «حفاظت دانش» بر اساس مدل پایه های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی چقدر است؟
۶. میزان اهمیت شاخص «استفاده دانش» بر اساس مدل پایه های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی چقدر است؟
۷. میزان اهمیت شاخص «اندازه گیری دانش» بر اساس مدل پایه های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی چقدر است؟
۸. میزان اهمیت شاخص «اهداف دانش» بر اساس مدل پایه های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی چقدر است؟

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر، از نوع کاربردی و به روش پیمایشی که با تعیین میزان اهمیت شاخص های مدیریت دانش از نظر کارشناسان بر اساس مدل پایه های ساختمان دانش؛ و در نهایت به ارائه الگویی برای مدیریت دانش در جامعه پژوهش انجام شده است.

جامعه و نمونه‌گیری

جامعه پژوهش کارشناسان حوزه هنری مرکزی (تهران) ۳۵۰ نفر هستند که بر اساس معیارهایی نظیر تحصیلات کارشناسی، کارشناسی ارشد، درجه دوم و سوم هنری^۱ ۱۵۵ نفر شناسایی شدند که بر اساس جدول مورگان ۱۳۴ نفر با تحصیلات کارشناسی، کارشناسی ارشد، درجه دوم و سوم هنری به‌عنوان نمونه مشخص گردید. روش نمونه‌گیری به‌صورت سرشماری است.

ابزار گردآوری داده‌ها

گویه‌های پرسشنامه از مدل پایه‌های ساختمان دانش که توسط پروبست (۲۰۰۰) ارائه شده است و بارها مورد استناد و استفاده قرار گرفته است. ابزار گردآوری پژوهش پرسشنامه محقق‌ساخته و بر اساس طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای، با مقیاس خیلی موافقم، موافقم، تا اندازه‌ای، مخالفم، خیلی مخالفم تهیه شده است. شاخص‌های تأثیرگذار در هر یک از هشت شاخص‌های پایه‌های ساختمان دانش مشخص شد و بر اساس آن پرسشنامه‌ای در قالب ۷۰ پرسش تنظیم گردید. شاخص شناسایی دانش (پرسش‌های ۱ الی ۱۰)، شاخص اکتساب دانش (پرسش‌های ۱۱ الی ۱۸)، شاخص توسعه دانش (پرسش‌های ۱۹ الی ۳۰)، شاخص توزیع دانش (پرسش‌های ۳۱ الی ۳۹)، شاخص حفاظت دانش (پرسش‌های ۴۰ الی ۴۴)، شاخص استفاده دانش (پرسش‌های ۴۵ الی ۵۴)، شاخص اندازه‌گیری دانش (پرسش‌های ۵۵ الی ۶۶) و شاخص اهداف دانش (پرسش‌های ۶۶ الی ۷۰) است.

روایی و پایایی ابزار گردآوری داده‌ها

روایی ابزار پژوهش از طریق صوری محتوایی است، علی‌رغم این‌که گویه‌ها از یک مدل شناخته شده و مورد استناد و قبول گرفته شده است، گویه‌هایی مطابق با ویژگی‌های کاری حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی به آن اضافه شد و مورد تأیید چند از خبرگان سازمان مذکور قرار گرفت و ضریب پایایی آن در هر بخش در جدول شماره ۱ آمده است.

جدول شماره ۱ پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ

شخص	الفای کرونباخ
شناسایی داش	۰/۸۰۱
اکتساب دانش	۰/۸۹۲
توسعه دانش	۰/۹۱۹
توزیع دانش	۰/۸۷۵
حفاظت دانش	۰/۸۳۶
استفاده دانش	۰/۸۹۳
اندازه گیری دانش	۰/۹۱۰
اهداف دانش	۰/۸۶۰

روش گردآوری داده‌های پژوهش

روش کتابخانه‌ای در تمام تحقیقات علمی مورد استفاده قرار می‌گیرد و در بعضی از آن‌ها موضوع تحقیق از نظر روش، از آغاز تا انتها متکی بر یافته‌های تحقیق کتابخانه‌ای است. در تحقیقاتی که ماهیت کتابخانه‌ای ندارند نیز محققان ناگزیر از کاربرد روش کتابخانه‌ای در تحقیق خود هستند. در این گروه تحقیقات، محقق باید ادبیات و سوابق مسئله و موضوع تحقیق را مطالعه کند. در نتیجه، باید از روش کتابخانه‌ای استفاده کند و نتایج مطالعات خود را در ابزار مناسب شامل فیش، جدول و فرم ثبت و نگهداری و در پایان به طبقه‌بندی و بهره‌برداری از آن‌ها اقدام کند (حریری، ۱۳۸۹). در پژوهش حاضر به دلیل آن که شاخص‌های پژوهش از منابع کتابخانه‌ای به دست آمده است؛ لذا روش اسنادی و کتابخانه‌ای نیز استفاده شده است.

سپس با استفاده از پرسشنامه تصویب شده، میزان تحقق شاخص‌ها متناسب با حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی به منظور پیاده‌سازی آن در سازمان مذکور ارزیابی شد و با معادلات ساختاری الگوی مناسب ارائه گردید.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌ها با روش‌های آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار اس پی اس ۲۵ انجام شده است. در بخش آمار توصیفی از جداول توزیع فراوانی و نسبت‌های توزیع میانگین‌ها در رابطه با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و سایر ویژگی‌های موردنظر در پرسشنامه‌ها استفاده شد. در بخش آمار استنباطی نیز، از انحراف استاندارد، واریانس، کمینه و بیشینه استفاده شده است و برای ارائه الگوی مدیریت دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از آمار معادله ساختاری با توجه به پیش‌فرض اساسی از جمله حجم بهینه نمونه، همخطی چندگانه، باقیمانده‌های استاندارد، داده‌های پرت چندمتغیره، و مدل‌سازی بر اساس معادله ساختاری انجام شده است.

یافته‌های مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

بررسی وضعیت جنسیت و تحصیلات پاسخگویان

۶۱ نفر زن با ۵/۴۵ درصد و ۷۳ نفر مرد با ۵/۵۴ درصد فراوانی، که بیشترین پاسخ‌دهندگان مرد است.

میزان تحصیلات جامعه پژوهش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی ۸۲ نفر کارشناس ارشد با ۲/۶۲ درصد و ۳ نفر درجه هنری با ۲/۲ درصد فراوانی، و ۴۹ نفر کارشناس با ۶/۳۶ درصد فراوانی که بیشترین پاسخ‌دهندگان کارشناس ارشد بوده‌اند.

اهمیت شاخص «شناسایی دانش» بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۲ میانگین و انحراف استاندارد «شناسایی دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر جامعه پژوهش

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	کمینه	بیشینه
تصویرسازی دانش از فرآیند فعالی‌های دانشی از طریق فناوری اطلاعات	۲/۸۱	۰/۹۵	۰/۹۰	۱/۰۰	۵/۰۰
میزان توجه به دانش داخلی سازمان و ارزش ظرفیت‌گذاری‌های داخلی	۲/۵۹	۰/۹۸	۰/۹۷	۰۰/۱	۵/۰۰
میزان توجه به دانش خارج از سازمان و خارج از کشور	۲/۴۹	۱/۰۴	۱/۰۹	۰۰/۱	۵/۰۰
وجود تصویرسازی دانش به منظور دسترس‌پذیری آن	۲/۶۳	۰/۸۹	۰/۸۰	۱/۰۰	۵/۰۰
وجود شبکه دانش به منظور دسترس‌پذیری آن	۲/۵۲	۰/۸۵	۰/۷۳	۱/۰۰	۵/۰۰
بحث و تبادل دانش بین تأمین‌کنندگان دانش و متقاضیان دانش	۲/۵۷	۱/۲۵	۰/۵۷	۱/۰۰	۵/۰۰
میزان برقراری فرصت ارتباط افراد با یکدیگر	۲/۷۲	۰/۱۱	۱/۰۲	۱/۰۰	۵/۰۰
برگزاری استارت‌آپ‌ها به منظور شناسایی نوآوری‌های جدید در سازمان	۲/۵۳	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰
ایجاد طوفان فکری برای شناسایی افکار و ایده‌های جدید	۲/۲۴	۰/۹۸	۰/۹۶	۱/۰۰	۵/۰۰
شناسایی دانش بالقوه در سازمان	۲/۳۲	۰/۹۷	۰/۹۵	۱/۰۰	۵/۰۰
تعداد کل			۱۳۴		

جدول شماره ۲ نشان می‌دهد، مقوله تصویرسازی دانش از فرآیند فعالیت‌های دانشی از طریق فناوری اطلاعات با میانگین ۲/۸۲ بالاترین و مقوله ایجاد طوفان فکری برای شناسایی افکار و ایده‌های جدید با میانگین ۲/۲۴ پایین‌ترین را در میزان اهمیت شاخص «شناسایی دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی نشان می‌دهد.

جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، شاخص شناسایی دانش به‌طور کلی در مدیریت دانش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با میانگین ۲/۵۷ پایین‌تر از حد متوسط دارای اهمیت است. جامعه پژوهش به شاخص شناسایی دانش بالقوه در سازمان با ۰/۵۱ پاسخ‌پراکنده داده‌اند. و این شاخص با انحراف استاندارد ۰/۷۱ درصد معنادار نیست و بین کمینه و بیشینه ۱/۰۲ تا ۴/۰۸ تأثیرگذار است.

شاخص «اكتساب دانش» ر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی در جدول شماره ۳ آمده است.

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
ایجاد حس مشارکت و تعامل میان کارکنان	۳/۹۵	۰/۸۰	۰/۶۴
زمینه‌سازی به‌کارگیری فناوری کسب دانش از دیگر سازمان‌ها	۳/۰۸	۱/۰۷	۱/۱۶
استفاده از دانش کارشناسان	۴/۱۴	۱/۱۹	۱/۴۲
کسب دانش درباره ایده‌های جدید (تولید مقاله در زمینه فرهنگ و هنر اسلامی)	۳/۷۱	۰/۹۰	۰/۸۱
کسب دانش بالفعل به‌منظور تولید دانش (انجام طرح‌های پژوهشی مرتبط با فرهنگ و هنر اسلامی)	۴/۱۴	۰/۹۱	۰/۸۲
کسب دانش بالقوه (نظریه‌سازی در زمینه فرهنگ و هنر اسلامی)	۴/۰۰	۱/۱۸	۱/۴۰
ایجاد فرایندها به‌منظور کسب دانش	۴/۳۳	۰/۹۶	۰/۹۳
یکپارچه‌سازی دانش بالقوه و بالفعل به‌منظور تولید دانش	۴/۱۴	۰/۹۶	۰/۹۲

شاخص «اكتساب دانش» بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۴. میانگین و انحراف استاندارد «اكتساب دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر جامعه پژوهش

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	کمینه	بیشینه
-------	---------	------------------	---------	-------	--------

۵/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۹	۱/۰۴	۲/۷۷	ایجاد حس مشارکت و تعامل میان کارکنان
۵/۰۰	۱/۰۰	۰/۸۴	۰/۹۲	۲/۴۳	زمینه سازی به کارگیری فناوری کسب دانش از دیگر سازمان ها
۵/۰۰	۱/۰۰	۱/۱۶	۱/۰۷	۲/۷۳	استفاده از دانش کارشناسان کسب دانش درباره ایده های جدید
۵/۰۰	۱/۰۰	۰/۹۴	۰/۹۶	۲/۸۲	(تولید مقاله در زمینه فرهنگ و هنر اسلامی)
۵/۰۰	۱/۰۰	۰/۸۷	۰/۹۳	۲/۹۷	کسب دانش بالفعل به منظور تولید دانش (انجام طرح های پژوهشی مرتبط با فرهنگ و هنر اسلامی)
۵/۰۰	۱/۰۰	۰/۹۲	۰/۹۶	۲/۸۷	کسب دانش بالقوه (نظریه سازی در زمینه فرهنگ و هنر اسلامی)
۵/۰۰	۱/۰۰	۰/۹۰	۰/۹۵	۲/۶۴	ایجاد فرایندها به منظور کسب دانش یکپارچه سازی دانش بالقوه و بالفعل
۳/۰۰	۱/۰۰	۰/۸۳	۲/۷۹	۲/۷۹	به منظور تولید دانش

جدول شماره ۴ نشان می دهد، مقوله کسب دانش بالفعل به منظور تولید دانش (انجام طرح های پژوهشی مرتبط با فرهنگ و هنر اسلامی) با میانگین ۲/۹۷ بالاترین و مقوله زمینه سازی به کارگیری فناوری کسب دانش از دیگر سازمان ها با میانگین ۲/۴۳ پایین ترین را در میزان اهمیت شاخص «اكتساب دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی نشان می دهد. هیچ کدام از گویه های شاخص اکتساب دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی معنادار نیستند. جامعه پژوهش به شاخص اکتساب دانش بالقوه در سازمان با ۱/۴۲ پاسخ پراکنده داده اند.

جدول شماره ۵ نشان می دهد، شاخص اکتساب دانش به طور کلی در مدیریت دانش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با میانگین ۲/۷۲ پایین تر از حد متوسط دارای اهمیت است. جامعه پژوهش به شاخص اکتساب دانش در سازمان با ۰/۵۱ پاسخ پراکنده داده اند و

این شاخص با انحراف استاندارد ۷۱/۰ درصد معنادار نیست و بین کمینه و بیشینه ۴/۲۵ تا ۱/۰۰ تأثیرگذار است.

جدول شماره ۵ میانگین و انحراف استاندارد «توسعه دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر خبرگان

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
ارزیابی رضایت کاربران نسبت به کیفیت خدمات در واحد هنری	۶/۳۳	۱۰/۹۶	۱۳/۱۲۰
فرآیندهای توسعه دانش، خدمات و محصولات داخلی	۴/۱۹	۰/۸۱	۰/۶۶
فرآیندهای توسعه دان، خدمات و محصولات خارجی	۳/۹۰	۰/۹۴	۰/۸۹
فرآیندهای انتقال دانش سازمانی به کارکنان	۴/۰۹	۱/۰۴	۱/۰۹
فرآیندهای جذب دانش سازمانی از افراد درون سازمان	۴/۱۹	۰/۹۲	۰/۸۶
فرآیندهای سازماندهی دانش و فرآیند دانش جدید به جای دانش قدیمی.	۴/۰۴	۰/۹۷	۰/۹۴
فرآیند مشارکت دانش فردی	۳/۸۵	۱/۰۶	۱/۱۲
فرآیند دانش جمعی	۴/۲۸	۰/۸۴	۰/۷۱
فرآیند یادگیری دانش (آموزش، باشگاه مکتب مهر و...)	۴/۱۴	۱/۰۱	۱/۰۲
فرآیند دانش رقابت داخلی (ارائه گزارش از جشنواره‌های داخلی مانند فجر)	۳/۸۵	۱/۳۱	۱/۷۲
فرآیند دانش رقابت خارجی (ارائه محصولات حوزه هنری در جشنواره بین‌المللی)	۴/۱۹	۱/۰۳	۱/۰۶
ایجاد مخازن فکری دانش داخلی و خارجی	۴/۱۹	۱/۰۴	۱/۰۹

شاخص «توسعه دانش» بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۶ میانگین و انحراف استاندارد «توسعه دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر جامعه پژوهش

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	کمینه	بیشینه
ارزیابی رضایت کاربران نسبت به کیفیت خدمات در واحد هنری	۲/۶۸	۰/۹۴	۰/۸۹	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیندهای توسعه دانش، خدمات و محصولات داخلی	۲/۷۲	۰/۹۰	۰/۹۶	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیندهای توسعه دان، خدمات و محصولات خارجی	۲/۴۹	۱/۲۱	۱/۴۸	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیندهای انتقال دانش سازمانی به کارکنان	۲/۴۴	۰/۸۹	۰/۸۰	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیندهای جذب دانش سازمانی از افراد درون سازمان	۲/۴۷	۰/۹۳	۰/۸۸	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیندهای سازماندهی دانش و فرآیند دانش جدید به جای دانش قدیمی.	۲/۶۸	۰/۹۰	۰/۸۱	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیند مشارکت دانش فردی	۲/۷۱	۰/۸۸	۰/۷۷	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیند دانش جمعی	۲/۵۸	۰/۹۵	۰/۹۰	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیند یادگیری دانش (آموزش، باشگاه مکتب مهر و...)	۲/۷۸	۱/۰۲	۱/۰۴	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیند دانش رقابت داخلی ارائه گزارش از جشنواره‌های داخلی مانند فجر)	۲/۷۳	۱/۰۹	۱/۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰
فرآیند دانش رقابت خارجی (ارائه محصولات حوزه هنری در جشنواره بین‌المللی)	۲/۵۸	۱/۱۱	۱/۲۳	۱/۰۰	۵/۰۰
ایجاد مخازن فکری دانش داخلی و خارجی	۲/۴۵	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰

جدول شماره ۶ نشان می‌دهد، مقوله فرایند یادگیری دانش (آموزش، باشگاه مکتب مهر و...) با میانگین ۲/۷۸ بالاترین و مقوله فرآیندهای انتقال دانش سازمانی به کارکنان با میانگین ۲/۴۴ پایین‌ترین را در توسعه دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی نشان می‌دهد. جامعه پژوهش به گویه توسعه دانش بالقوه در سازمان با ۱/۷ پاسخ پراکنده داده‌اند.

جدول شماره ۷ نشان می‌دهد، شاخص توسعه دانش به‌طور کلی در مدیریت دانش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با میانگین ۲/۰۶ پایین‌تر از حد متوسط دارای اهمیت است. جامعه پژوهش به شاخص توسعه دانش در سازمان با ۵۰/۰ پاسخ پراکنده داده‌اند. و این شاخص با انحراف استاندارد ۷۰/۰ درصد معنادار نیست و بین کمینه و بیشینه ۴/۱۷ تا ۱/۰۰ تأثیر گذار است.

جدول شماره ۷ میانگین و انحراف استاندارد «توزیع دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر خبرگان

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
ایجاد فرآیند توزیع دانش	۴/۰۰	۰/۸۳	۰/۷۰
ایجاد سامانه‌های تعاملی مدیریت اطلاعاتی مناسب	۴/۲۳	۰/۹۴	۰/۸۹
برخورداری از مهارت‌های لازم در استفاده از سامانه‌های اطلاعاتی	۳/۸۵	۰/۹۱	۰/۸۲
استفاده از فناوری اطلاعات (کنسرت آنلاین، کتاب‌های الکترونیکی، اپلیکیشن شب‌خاطره، انتشارات سوره مهر الکترونیک)	۳/۹۵	۱/۳۵	۱/۸۴
ایجاد بانک اطلاعات به‌منظور مبادله دانش	۴/۱۴	۱/۱۰	۱/۲۲
برگزاری گالری‌های هنری (نمایشگاه‌های داخلی و خارجی)	۳/۹۵	۱/۳۹	۱/۹۴
برگزاری سمینارهایی در مورد موضوع هنر	۳/۷۶	۱/۴۴	۲/۰۹
برگزاری جلسات منظم جهت بحث و تبادل نظر میان کارشناسان به منظور مبادله دانش (کارگاه‌های تخصصی، طنز، نقد، فیلم)	۳/۸۰	۱/۳۶	۱/۸۶
حمایت قوانین و مقررات سازمانی از توزیع دانش	۵/۹۵	۸/۷۶	۴/۷۶

شاخص «توزیع دانش» بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۸ میانگین و انحراف استاندارد «توزیع دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر جامعه پژوهش

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	کمینه	پیشینه
ایجاد فرآیند توزیع دانش	۲/۵۵	۰/۸۸	۰/۷۷	۱/۰۰	۵/۰۰
ایجاد سامانه‌های تعاملی مدیریت اطلاعاتی مناسب	۲/۷۶	۱/۹۶	۳/۸۵	۱/۰۰	۵/۰۰
برخورداری از مهارت‌های لازم در استفاده از سامانه‌های اطلاعاتی	۲/۷۰	۰/۸۸	۰/۷۸	۱/۰۰	۵/۰۰
استفاده از فناوری اطلاعات (کنسرت آنلاین، کتاب‌های الکترونیکی، اپلیکیشن شب‌خاطره، انتشارات سوره مهر الکترونیک)	۲/۸۷	۱/۰۵	۱/۱۱	۱/۰۰	۵/۰۰
ایجاد بانک اطلاعات به منظور مبادله دانش	۲/۷۰	۱/۱۰	۱/۲۱	۱/۰۰	۵/۰۰
برگزاری گالری‌های هنری (نمایشگاه‌های داخلی و خارجی)	۳/۴۱	۱/۰۲	۱/۰۴	۱/۰۰	۵/۰۰
برگزاری سمینارهایی در مورد موضوع هنر	۳/۲۲	۰/۹۷	۰/۹۴	۱/۰۰	۵/۰۰
برگزاری جلسات منظم جهت بحث و تبادل نظر میان کارشناسان به منظور مبادله دانش (کارگاه‌های تخصصی، طنز، نقد، فیلم)	۳/۲۳	۱/۰۷	۱/۱۶	۱/۰۰	۵/۰۰
حمایت قوانین و مقررات سازمانی از توزیع دانش	۲/۷۸	۰/۹۵	۰/۹۰	۱/۰۰	۵/۰۰

جدول شماره ۸ نشان می‌دهد، مقوله برگزاری گالری‌های هنری (نمایشگاه‌های داخلی و خارجی) با میانگین ۳/۴۱ بالاترین و مقوله ایجاد فرآیند توزیع دانش با میانگین ۲/۵۵ پایین‌ترین شاخص را در توزیع دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی و نیز هیچ‌کدام از گویه‌های شاخص توزیع دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی معنادار نیستند. جامعه پژوهش به شاخص توزیع دانش بالقوه در سازمان با ۴/۷۶ پاسخ پراکنده داده‌اند.

جدول شماره ۹ نشان می‌دهد، شاخص توزیع دانش به‌طور کلی در مدیریت دانش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با میانگین ۲/۹ پایین‌تر از حد متوسط دارای اهمیت است. جامعه پژوهش به شاخص توزیع دانش در سازمان با ۰/۴۸ پاسخ پراکنده داده‌اند و این

شاخص با انحراف استاندارد ۰/۶۹ درصد معنادار نیست و بین کمینه و بیشینه ۴/۴۴ تا ۱/۰۰ تأثیر گذار است.

جدول شماره ۹ میانگین و انحراف استاندارد «حفاظت دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر خبرگان

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
تشویق و تسهیل نگهداری از دانش	۴/۲۳	۰/۸۳	۰/۶۹
ایجاد فرآیندها به منظور اکتساب دانش	۴/۲۸	۰/۸۴	۰/۷۱
تأکید بر ایجاد و نگهداری پایگاه دانش (مانند سوره مهر)	۴/۲۳	۰/۸۸	۰/۷۹
ثبت و ضبط جامع اطلاعات مربوط به توانمندی‌های دانش و تجربه نیروی انسانی	۴/۰۹	۰/۸۳	۰/۶۹
تأکید بر سازماندهی فعالیت در جهت بهره‌گیری از دانش	۴/۰۰	۰/۷۷	۰۰/۶۰

شاخص «حفاظت دانش» بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۱۰ میانگین و انحراف استاندارد «حفاظت دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر جامعه پژوهش

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	کمینه	بیشینه
تشویق و تسهیل نگهداری از دانش	۲/۶۴	۰/۹۵	۰/۹۰	۱/۰۰	۵/۰۰
ایجاد فرآیندها به منظور اکتساب دانش	۲/۶۱	۰/۸۶	۰/۷۵	۱/۰۰	۵/۰۰
تأکید بر ایجاد و نگهداری پایگاه دانش (مانند سوره مهر)	۳/۰۵	۰/۹۰	۰/۸۱	۱/۰۰	۵/۰۰
ثبت و ضبط جامع اطلاعات مربوط به توانمندی‌های دانش و تجربه نیروی انسانی	۲/۸۲	۱/۸۱	۳/۲۸	۱/۰۰	۵/۰۰
تأکید بر سازماندهی فعالیت در جهت بهره‌گیری از دانش	۲/۷۰	۰/۹۸	۰/۹۶	۱/۰۰	۵/۰۰

جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد، مقوله تأکید بر ایجاد و نگهداری پایگاه دانش (مانند سوره مهر) با میانگین ۳/۰۵ بالاترین و مقوله تأکید بر سازماندهی فعالیت در جهت بهره‌گیری ایجاد فرآیندها به منظور اکتساب دانش با میانگین ۲/۶۱ پایین‌ترین را در حفاظت دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی و نیز، هیچ‌کدام از گویه‌های شاخص حفاظت دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی معنادار نیستند. جامعه پژوهش به مقوله تأکید بر ایجاد و نگهداری پایگاه دانش (مانند سوره مهر) با ۰/۷۹ پاسخ پراکنده داده‌اند.

جدول شماره ۱۱ نشان می‌دهد، شاخص حفاظت دانش به‌طور کلی در مدیریت دانش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با میانگین ۲/۳۲ پایین‌تر از حد متوسط دارای اهمیت است. جامعه پژوهش به شاخص حفاظت دانش در سازمان با ۰/۵۱ پاسخ پراکنده داده‌اند. و این شاخص با انحراف استاندارد ۰/۷۱ درصد معنادار نیست و بین کمینه و بیشینه ۴/۴۰ تا ۱/۰۰ تأثیرگذار است.

جدول شماره ۱۱ میانگین و انحراف استاندارد «استفاده دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر خبرگان

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
استفاده روزانه از شناسایی و توزیع دانش	۳/۸۰	۱/۰۷	۱/۱۶
استفاده از دانش به منظور تغییر رفتار سازمانی	۴/۰۴	۱/۰۷	۱/۱۴
استفاده از دانش افراد در نمایشگاه	۳/۷۶	۰/۹۹	۰/۹۹
استفاده از مشاوران دانش	۳/۹۵	۰/۹۲	۰/۸۴
استفاده از ارتباطات دانشی	۳/۹۰	۰/۹۴	۰/۸۹
استفاده از دانش رسانه‌ای	۴/۱۴	۰/۸۵	۰/۷۲
ایجاد ساختار گروه بحث، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت به منظور استفاده دانش مانند اتوماسیون، سامانه جشنواره‌ها	۴/۲۳	۰/۹۴	۰/۸۹
ایجاد بایگان، توانایی‌ها و ظرفیت‌های دانش کارشناسان داخلی (آرشیو و پرتال سازمان)	۴/۳۸	۰/۸۶	۰/۷۴
ایجاد بایگانی توانایی‌ها و ظرفیت‌های دانش کارشناسان خارجی (دفتر ترجمه و منتقدین خارجی و فیلم‌سازان در جشنواره‌ها)	۴/۰۹	۰/۹۴	۰/۸۹

انتشار نشریه داخلی	۳/۶۶	۱/۲۷	۱/۶۳
--------------------	------	------	------

شاخص «استفاده دانش» بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۱۲ میانگین و انحراف استاندارد «استفاده دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر جامعه پژوهش

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	کمینه	بیشینه
استفاده روزانه از شناسایی و توزیع دانش	۲/۶۱	۰/۸۹	۰/۸۰	۱/۰۰	۵/۰۰
استفاده از دانش به منظور تغییر رفتار سازمانی	۲/۶۱	۰/۸۸	۰/۷۷	۱/۰۰	۵/۰۰
استفاده از دانش افراد در نمایشگاه	۲/۸۸	۱/۰۱	۱/۰۲	۱/۰۰	۵/۰۰
استفاده از مشاوران دانش	۲/۷۷	۰/۹۰	۰/۸۲	۱/۰۰	۵/۰۰
استفاده از ارتباطات دانشی	۲/۷۹	۰/۹۱	۰/۸۳	۱/۰۰	۵/۰۰
استفاده از دانش رسانه‌ای	۲/۹۰	۲/۹۱	۰/۸۴	۱/۰۰	۵/۰۰
ایجاد ساختار گروه بحث، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت به منظور استفاده دانش	۲/۹۴	۱/۰۳	۱/۰۷	۱/۰۰	۵/۰۰
مانند اتوماسیون، سامانه جشنواره‌ها					
ایجاد بایگانی، توانایی‌ها و ظرفیت‌های دانش کارشناسان داخلی (آرشیو و پرتال سازمان)	۲/۹۱	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰
ایجاد بایگانی توانایی‌ها و ظرفیت‌های دانش کارشناسان خارجی (دفتر ترجمه و منتقدین خارجی و فیلم‌سازان در جشنواره‌ها)	۲/۷۹	۰/۹۸	۰/۹۷	۱/۰۰	۵/۰۰
انتشار نشریه داخلی	۲/۷۳	۱/۱۱	۱/۲۳	۱/۰۰	۵/۰۰

جدول شماره ۱۲ نشان می‌دهد، مقوله ایجاد ساختار گروه بحث، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت به منظور استفاده دانش مانند اتوماسیون، سامانه جشنواره با میانگین ۲/۹۴ بالاترین و مقوله استفاده از دانش به منظور تغییر رفتار سازمانی با میانگین ۲/۶۱ پایین‌ترین را در استفاده

دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی نشان می دهد. جامعه پژوهش به مقوله انتشار نشریه داخلی با ۰/۶۳ پاسخ پراکنده داده اند.

جدول شماره ۱۳ نشان می دهد، تبیین شاخص استفاده دانش به طور کلی در مدیریت دانش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با میانگین ۲/۷۹ پایین تر از حد متوسط دارای اهمیت است. جامعه پژوهش به شاخص استفاده دانش در سازمان با ۰/۴۶ پاسخ پراکنده داده اند و این شاخص با انحراف استاندارد ۰/۶۷ درصد معنادار نیست و بین کمینه و بیشینه ۴/۵۰ تا ۱/۰۰ تأثیر گذار است.

جدول شماره ۱۳ چگونگی «اندازه گیری دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر خبرگان

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
اندازه گیری شکل دانش (آشکار یا ضمنی)	۳/۰۸	۱/۰۳	۱/۰۶
اندازه گیری نوع دانش (سطحی، عمیق، وابسته)	۴/۱۴	۱/۰۴	۱/۰۲
توجه و الگویابی از منابع دانش موجود در شکل گیری فرهنگ سازمانی	۳/۶۶	۱/۱۵	۱/۳۳
توجه و الگویابی از منابع دانش موجود در شکل گیری ساختار سازمانی	۴/۰۰	۰/۸۹	۰/۸۳
میزان خود آگاهی کارکنان نسبت به سازماندهی اطلاعات و دانش خود	۳/۹۰	۰/۹۳	۰/۸۹
تجزیه و تحلیل دانش و فرهنگ دان محور، رقبای داخلی و خارجی	۴/۰۴	۱/۰۷	۱/۱۴
مستندسازی مستمر اطلاعات و دانش مهارت های کارکنان (اتوماسیون اداری)	۴/۴۲	۰/۸۱	۱/۶۵
به روزرسانی اطلاعات در مکان های فیزیکی و الکترونیکی (نرم افزار آرشیو)	۴/۱۹	۰/۸۷	۰/۷۶
رسمیت بخشی به دانش، به عنوان دارایی اصلی (فرهنگ سازمانی)	۴/۱۹	۱/۰۳	۱/۰۶
ارزیابی دارایی دانش های پایه	۳/۸۰	۱/۰۳	۱/۰۶
ترسیم دانش سازمانی	۳/۹۰	۰/۷۶	۰/۵۹
ارزیابی کیفیت خدمات	۴/۰۴	۱/۰۷	۱/۱۴

شاخص «اندازه‌گیری دانش» بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی در جدول زیر آمده است.

جدول ۱۴ شماره میانگین و انحراف استاندارد «اندازه‌گیری دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی از نظر جامعه پژوهش

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	کمینه	پیشینه
اندازه‌گیری شکل دانش (آشکار یا ضمنی)	۲/۴۷	۰/۹۳	۰/۸۶	۱/۰۰	۵/۰۰
اندازه‌گیری نوع دانش (سطحی، عمیق، وابسته)	۲/۴۷	۰/۹۰	۰/۸۲	۱/۰۰	۴/۰۰
توجه و الگویابی از منابع دانش موجود در شکل‌گیری فرهنگ سازمانی	۲/۵۹	۰/۹۵	۰/۹۱	۱/۰۰	۴/۰۰
توجه و الگویابی از منابع دانش موجود در شکل‌گیری ساختار سازمانی	۲/۹۹	۲/۸۷	۰/۸۶	۱/۰۰	۵/۰۰
میزان خودآگاهی کارکنان نسبت به سازماندهی اطلاعات و دانش خود	۲/۷۷	۰/۹۷	۰/۹۴	۱/۰۰	۵/۰۰
تجزیه و تحلیل دانش و فرهنگ دانش‌محور، رقبای داخلی و خارجی	۲/۵۷	۱/۰۰	۱/۰۱	۱/۰۰	۵/۰۰
مستندسازی مستمر اطلاعات و دانش مهارت‌های کارکنان (اتوماسیون اداری)	۲/۷۹	۰/۹۸	۰/۹۷	۱/۰۰	۵/۰۰
به‌روزرسانی اطلاعات در مکان‌های فیزیکی و الکترونیکی (نرم‌افزار آرشیو)	۲/۷۹	۰/۹۹	۰/۹۹	۱/۰۰	۵/۰۰
رسمیت‌بخشی به دانش، به‌عنوان دارایی اصلی (فرهنگ سازمانی)	۲/۷۰	۰/۹۷	۰/۹۴	۱/۰۰	۵/۰۰

۵/۰۰	۱/۰۰	۰/۸۲	۰/۹۰	۲/۵۵	ارزیابی دارایی دانش‌های پایه
۵/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۴	۱/۰۲	۲/۵۲	ترسیم دانش سازمانی
۵/۰۰	۱/۰۰	۱/۹۵	۰/۹۷	۲/۵۸	ارزیابی کیفیت خدمات

جدول شماره ۱۴ نشان می‌دهد، مقوله توجه و الگویابی از منابع دانش موجود در شکل‌گیری ساختار سازمانی با میانگین ۲/۹۹ بالاترین، اندازه‌گیری نوع دانش (سطحی، عمیق، وابسته) با میانگین ۲/۴۷ پایین‌ترین شاخص را در اندازه‌گیری دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی نشان می‌دهد. جامعه پژوهش به مقوله اندازه‌گیری دانش بالقوه در سازمان با ۱/۳ پاسخ پراکنده داده‌اند.

جدول شماره ۱۵ نشان می‌دهد شاخص اندازه‌گیری دانش به‌طور کلی در مدیریت دانش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با میانگین ۲/۶۲ پایین‌تر از حد متوسط دارای اهمیت است. جامعه پژوهش به شاخص اندازه‌گیری دانش در سازمان با ۰/۴۹ پاسخ پراکنده داده‌اند. و این شاخص با انحراف استاندارد ۰/۷۰ درصد معنادار نیست و بین کمینه و بیشینه ۴/۳۳ تا ۱/۰۰ تأثیرگذار است.

جدول شماره ۱۵ چگونگی «اهداف دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
تعیین سطح و ظرفیت‌های دانش	۴/۲۳	۰/۹۹	۰/۹۹
تعیین اهداف فرهنگ دانش متداول	۴/۲۸	۱/۰۰	۱/۰۱
تعیین اهداف راهبردی دانش به‌منظور توصیف و ظرفیت‌سازی نیاز برای دانش آینده	۴/۲۳	۱/۰۴	۱/۰۹
اهداف عملیاتی دانش به‌منظور اقدام دانش‌هنجار شده و دانش راهبردی	۴/۲۸	۱/۱۰	۱/۲۱

شاخص «اهداف دانش» بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش از نظر کارشناسان در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۱۶ شاخص «اهداف دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی

مقوله	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	کمینه	پیشینه
تعیین سطح و ظرفیت‌های دانش	۳/۵۹	۱/۰۵	۱/۱۱	۱/۰۰	۵/۰۰
تعیین اهداف فرهنگ دانش متداول	۲/۵۸	۰/۹۴	۰/۸۹	۱/۰۰	۵/۰۰
تعیین اهداف راهبردی دانش به منظور توصیف و ظرفیت‌سازی نیاز برای دانش آینده	۲/۵۲	۰/۹۲	۰/۸۵	۱/۰۰	۵/۰۰
اهداف عملیاتی دانش به منظور اقدام دانش هنجار شده و دانش راهبردی	۲/۵۲	۰/۹۴	۰/۸۹	۴/۰۰	۵/۰۰

جدول شماره ۱۶ نشان می‌دهد مقوله تعیین سطح و ظرفیت‌های دانش با میانگین ۳/۵۹ بالاترین و مقوله تعیین اهداف راهبردی دانش به منظور توصیف و ظرفیت‌سازی نیاز برای دانش آینده با میانگین ۲/۵۸ پائین‌ترین شاخص را در اهداف دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی نشان می‌دهد. جامعه پژوهش به مقوله اهداف عملیاتی دانش به منظور اقدام دانش هنجار شده و دانش راهبردی با ۱/۲۱ پاسخ پراکنده داده‌اند.

جدول شماره ۱۷ نشان می‌دهد تبیین شاخص اهداف دانش به طور کلی در مدیریت دانش حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با میانگین ۲/۵۵ پایین‌تر از حد متوسط دارای اهمیت است. جامعه پژوهش به شاخص اهداف دانش بالقوه در سازمان با ۰/۶۸ پاسخ پراکنده داده‌اند و این شاخص با انحراف استاندارد ۰/۸۲ درصد معنادار نیست و بین کمینه و بیشینه ۴/۵۰ تا ۱/۰۰ تأثیر گذار است.

جدول شماره ۱۷ میزان اجماع نظر خبرگان در «مقوله‌های مدیریت دانش» بر اساس «مدل پایه‌های ساختمان دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی با استفاده از ضریب همابستگی کندال

ردیف	مقوله	تعدادعامل‌ها	ضریب کندال (W)	سطح معناداری
1	شناسایی دانش	۱۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰
2	اکتساب دانش	۸	۰/۷۵	۰/۰۰
3	توسعه دانش	۱۲	۰/۶۵	۰/۰۰
4	توزیع دانش	۹	۰/۳۵	۰/۱۴
5	حفاظت دانش	۵	۱/۰۰	۰/۰۰
6	استفاده دانش	۱۰	۰/۵۵	۰/۰۰
7	اندازه‌گیری دانش	۱۲	۰/۵۲	۰/۰۱
8	اهداف دانش	۴	۰/۳۳	۰/۰۲

الگوی مناسب حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی

پاسخ به پرسش اصلی پژوهش: الگوی مناسب مدیریت دانش بر اساس مدل پایه‌های ساختمان دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی کدام است؟
به منظور اجرای مدل‌سازی معادله ساختاری توجه به پیش‌فرض اساسی که در ادامه مطرح خواهد شد حائز اهمیت است:

- حجم بهینه نمونه: پرسش کلیدی در خصوص حجم نمونه در مدل‌سازی معادله ساختاری این است که حجم نمونه تا چه اندازه بزرگ باشد تا بتوان به نتایج حاصله اعتماد کرد؟ دیدگاه‌های متنوعی در این خصوص وجود دارد. مولر (۱۹۹۶) به تعداد متغیرهای مشاهده شده یا معرف‌ها، تعداد سازه‌ها یا عامل‌ها و تعداد پارامترهای آزاد برای برآورد استفاده می‌کند. با این حال در پژوهش حاضر با مدنظر قرار دادن حد بالای نسبت حجم نمونه به تعداد متغیرهای مشاهده شده و پارامترهای آزاد، پیچیدگی مدل، روش برآوردهای پارامترهای آزاد (برآورد حداکثر درست‌نمایی) نیاز داشتن به حجم نمونه بالا)، حجم داده‌های مفقود (کمتر از ۵ درصد) و رابطه نرمالیتی چندمتغیره با حجم نمونه

اصل بر این گذاشته شد که حجم نمونه ۱۳۴ نفر به منظور اجرای مدل‌سازی معادله ساختاری کفایت لازم را دارد.

- همخطی چندگانه: اگر همخطی در یک معادله رگرسیون بالا باشد، بدین معنی است که بین متغیرهای مستقل همبستگی بالایی وجود دارد و اعتبار مدل زیر سوال می‌رود. از طرف دیگر یک تأثیر علی وقتی تأیید می‌شود که بتوان نشان داد هیچ متغیر دیگری بر رابطه‌ی بین دو متغیر مستقل و وابسته از طریق همخطی بالا با متغیر مستقل تأثیر نمی‌گذارند. در این حالت است که می‌توان ادعا کرد همخطی وجود ندارد و یا تأثیر آن خیلی اندک است و می‌توان از آن چشم‌پوشی کرد. در پژوهش حاضر به منظور بررسی همخطی بین متغیرهای مستقل در مدل‌ها معادله ساختاری از مقادیر مربوط به دو شاخص^۱ (عامل تورم واریانس) و (شاخص تحمل^۲) که نشان‌دهنده میزان همخطی بین متغیرهای مستقل می‌باشد؛ استفاده گردیده است.

جدول شماره ۱۸ برآورد همخطی چندگانه با استفاده از شاخص تحمل و عامل تورم واریانس

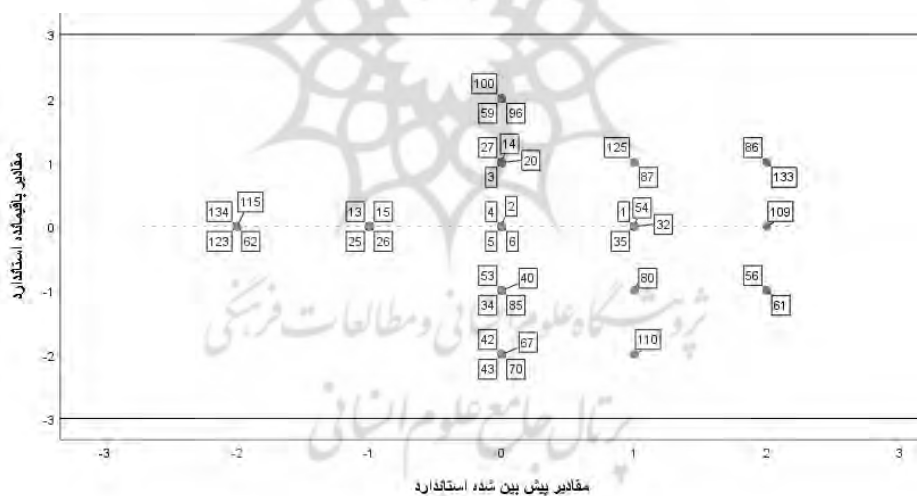
شاخص‌های همخطی چندگانه		متغیرها
عامل تورم واریانس	شاخص تحمل	
۱/۹۷۲	۰/۶۳۴	شناسایی دانش
۱/۴۶۴	۰/۸۳۵	اکتساب دانش
۱/۵۸۶	۰/۶۳۰	توسعه دانش
۱/۵۸۶	۰/۶۳۰	اشتراک و توزیع دانش
۱/۳۶۴	۰/۷۳۳	بهره‌گیری دانش
۱/۸۷۲	۰/۵۳۴	نگهداری دانش
۱/۹۸۶	۰/۵۰۴	اهداف دانش

1. Variance Inflation Factor
2. Toerance

۱/۹۴۰	۰/۵۱۶	ارزیابی دانش
-------	-------	--------------

با مدنظر قرار دادن نقطه برش مربوط به شاخص‌های تحمل و عامل تورم واریانس به ترتیب ۰/۴ و ۲/۵ (بالاتر از مقدار ۰/۴ نبودن مقدار شاخص تحمل و پایین تر از مقدار ۲/۵ نبودن مقدار شاخص عامل تورم واریانس) نتایج این چهار شاخص در پژوهش حاضر بیانگر عدم وجود همخطی چندگانه و یا به عبارتی مطلوبیت این پیش فرض است.

- باقیمانده‌های استاندارد: با استفاده از این شاخص موارد دور افتاده و یا پرت (موارد دور افتاده مواردی هستند که الگوی رابطه متغیرهایشان با سایر افراد به شدت متفاوت است، اینها کسانی هستند که معادله رگرسیون وقتی که مقدار متغیر وابسته آن‌ها را پیش‌بینی می‌کند، پیش‌بینی‌اش از واقعیت این افراد خیلی دور خواهد بود و زمانی که پیش‌بینی از واقعیت این موارد دور باشد باعث آن می‌شود که نمره باقیمانده بزرگ شود) مشخص می‌گردد.



شکل ۱. پراکندگی مقادیر باقیمانده استاندارد و پیش‌بینی شده

مرزی که مشخص شد برای اینکه یک مورد پرت قلمداد شود این است که نمره باقیمانده استاندارد او در دامنه ۳- تا ۳ (این دامنه دامنه‌ای است که روی یک توزیع نرمال، ۹۵٪ موارد انتظار می‌رود در این دامنه قرار بگیرند و ۲/۵٪ از ۳ کوچکتر و ۲/۵٪ از ۳ بزرگتر باشند) قرار

نگرفته باشد. تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان داد که باقیمانده استاندارد هیچ مورد بیشتر از مقدار تعیین شده یافت نشد.

- داده‌های پرت چندمتغیره: داده‌های پرت چندمتغیره بیانگر این است که در یک فضای چندمتغیره چه تعدادی از موردها می‌تواند پرت یا دور افتاده محسوب شوند. شاخصی که اغلب در خصوص تشخیص داده‌های پرت چندمتغیره در مدل‌سازی معادله ساختاری استفاده می‌شود و در این پژوهش نیز به منظور تشخیص داده‌های پرت چندمتغیره مورد استناد قرار گرفته؛ شاخص فاصله ماهالونوبیس^۱ است. مقدار این شاخص بر اساس فاصله‌ای حساب می‌شود که هر مورد از مرکز هندسی^۲ داراست. مرکز هندسی بر مبنای میانگین همه متغیرهای مشاهده شده تعیین می‌گردد. هنگامی که این فاصله برای موردی زیاد باشد، آنگاه آن مورد پرت یا دور افتاده تلقی می‌گردد. برای ارزیابی داده‌های پرت چند متغیره باید مقادیر بدست آمده برای فاصله ماهالونوبیس را با توزیع مجذورکای مقایسه کرد. در این پژوهش چون ۸ متغیر مستقل وجود داشت، درجه آزادی برابر با ۷ بود. مقدار مجذور کای متناظر با درجه آزادی ۷، عدد ۲۴/۳۲ است و هر مورد یا پاسخگویی که فاصله ماهالونوبیس آن از عدد مذکور بیشتر باشد داده پرت محسوب می‌شود.

جدول ۱۹ برآورد داده‌های پرت چندمتغیره با استفاده از فاصله ماهالونوبیس

فاصله ماهالونوبیس			
تعداد	حداقل مقدار	حداکثر مقدار	موارد
۱۳۴	۰/۶۵۹	۴۱/۰۱۱	

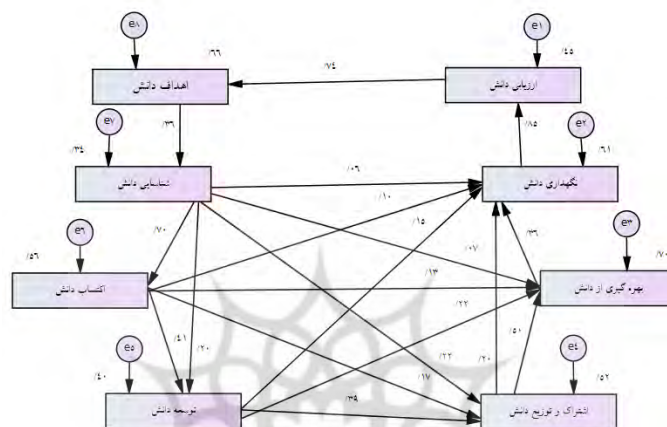
با استناد به نتایج حاصل شده که بالاترین عدد بدست آمده برابر با ۴۱/۰۱۱ است و از مقدار ۲۴/۳۲ بیشتر است، با استناد به این نتایج مشخص می‌گردد که داده یا موارد پرت

1. Mahalanobis Distance
2. Centroid

چندمتغیری در داده‌های این پژوهش وجود دارد که از تجزیه و تحلیل داده‌ها کنار گذاشته شد.

الگوی مدیریت دانش براساس مدل پایه های ساختمان دانش برای حوزه هنری سازمان

تبلیغات



شکل ۲. الگوی مدیریت دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی

نتیجه‌گیری

احمدی اصل (۱۳۹۹)، مستندسازی تجارب، حذف موانع ساختاری و افزایش اعتماد بین فردی و سازمانی وضعیت مدیریت دانش را در این سازمان بهبود بخشید. رونقی (۱۳۹۹)، تمرکز اصلی در سطح سوم بلوغ، مدیریت راهبرد، فرایندها و رویکردهای مدیریت دانش که در سطح دوم تعریف شده است. جسیس^۱ (۲۰۱۸)، تجزیه و تحلیل ادبیات علمی نشان داد، دانشمندان بیشتر در حال تحقیق در مورد فرآیندهای به اشتراک گذاری دانش، کاربرد، توسعه (ایجاد)، کسب و حفظ هستند. مندوزا (۲۰۱۷)، ارزش و اعتبار راهبردهای دیگر مدیریت دانش بر اساس مشاهدات صورت گرفته شده، شامل تغییر فرهنگ و سهیم ساختن اطلاعات (دانش پنهان) است. نتایج تحقیقات نشان داد که اکثر این پژوهش‌ها در یک یا دو

زیرساخت یا فرایند مشخص مشترکاً وضعیت مطلوبی داشتند که با برخی از عوامل زیرساختی و فرایندهای دانشی پژوهش حاضر همخوانی دارند.

در پژوهش حاضر شناسایی دانش سازمان و خارج از کشور و بحث و تبادل دانش بین تأمین‌کنندگان دانش در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی مشهود نیست، لذا نظام‌مند کردن شناسایی دانش و پیاده‌سازی آن تحت عنوان «مدیریت دانش» در حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی امری ضروری است. اکتساب دانش در کسب دانش بالفعل به منظور تولید دانش و انجام طرح‌های پژوهشی مرتبط با فرهنگ و هنر اسلامی کمرنگ است، لذا پیاده‌سازی مدیریت دانش جهت بهبود روند فعالیت‌های این سازمان امری ضروری است. تصویرسازی دانش از طریق وجود شبکه دانش به منظور دسترس‌پذیری آن.

کسب دانش درباره ایده‌های جدید در سازمان وجود ندارد. لذا پیاده‌سازی شبکه دانش امری ضروری است. توسعه دانش از طریق فرآیند یادگیری آموزش باشگاه مکتب مهر و ارزیابی کاربران نسبت به کیفیت خدمات در واحد هنری، و فرایند یادگیری دانش و ایجاد سامانه‌های تعاملی مدیریت اطلاعاتی مناسب در حوزه هنری مشهود نیست؛ لذا جهت بهبود سازمان‌نیاز به پیاده‌سازی مدیریت دانش امری ضروری است. توزیع دانش از طریق برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی در حفاظت دانش از طریق تأکید بر ایجاد و نگهداری پایگاه دانش (مانند سوره مهر)، استفاده دانش از طریق ایجاد ساختار گروه بحث، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت به منظور استفاده دانش (مانند اتوماسیون، سامانه جشنواره‌ها)، اندازه‌گیری دانش از طریق ایجاد فرهنگ سازمانی و مستندسازی مستمر اطلاعات و دانش مهارت کارکنان و رسمیت بخشی به دانش سازمانی.

به نظر می‌رسد با راه‌اندازی سامانه سیستم جامع مدیریت دانش و ایجاد پورتال تخصصی و راه‌اندازی تالار گفت‌وگوی مجازی و اتاق فکر برای تبادل تجربیات میان کارکنان از اقصی نقاط کشور با تخصیص کد دانشی به منظور حفظ حقوق معنوی و مادی و ترغیب کارکنان به این امر و استقرار و استمرار نظام پیشنهادها و پیشنهاد می‌شود پژوهشی در بارور نمودن پیوسته دانش سازمانی با تسهیم و تبادل دانش و جریان دانش در سازمان اجرا شود.

اجرای پژوهشی در ارج نهادن به افراد تسهیم کننده دانش و قائل شدن جایگاه (مادی و معنوی) ویژه برای آن‌ها و نیز، پژوهشی در بررسی تأثیر استفاده از مدل پایه‌های ساختمان دانش بر سازمان‌های هنری اجرا گردد و همچنین پژوهشی در بررسی تأثیر فناوری اطلاعات در پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان‌های فرهنگی به اجرا درآید؛ در نهادینه کردن فرهنگ تبادل دانش در سازمان و اجرای پژوهشی در حاکمیت تفکر خلاق و انتقادی در فرهنگ سازمانی پیشنهاد می‌گردد. ارائه الگوی مدیریت دانش با توجه به زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در کل سازمان‌های هنری و فرهنگی کشور انجام شود؛ پیشنهاد می‌شود رابطه بین مدیریت دانش با توانمندسازهای خبرگان و کارشناسان سازمان حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی نیز مورد پژوهش قرار گیرد.

فهرست منابع

- ربیعی، علی؛ معالی، مهناز (۱۳۹۳). مدیریت دانش؛ فرایندها، رویکردها، به کارگیری دستنامه پیاده‌سازی. تهران: نشر تیسرا.
- عدلی، فریبا (۱۳۸۴). مدیریت دانش حرکت به فراسوی دانش. تهران: انتشارات فراشناختی اندیشه.
- فراهانی، حسن (۱۳۸۸). مدیریت دانش و کارکردهای آن در سازمان‌ها، معرفت شماره ۱۳۷ کیانفر، فرهاد؛ عباسپور، عباس؛ نیلی احمدآبادی، محمدرضا؛ رحیمیان، حمید؛ مومنی، عصمت (۱۳۹۷). وضعیت موجود سطح مدیریت دانش دانشگاه پیام‌نور استان خوزستان. مدیریت فردا. س ۷: ۲۰۳-۲۱۹

References

- André Baracoa, José Braga de Vasconcelosa, Álvaro Rocha, Ruben Pereira a Knowledge Management and Engineering Research Group, Universidad Atlantic, Fabric da Plover de Bar arena, 2730-036 Bar arena, Portugal b Department de Engenharia Informatics, Universidad de Coimbra, Polo II - Pinal de Marcos, 3030-290 Coimbra, Portugal. c Department of Science and Information Technology, Institute Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Lisboa, Portugal Please cite this article as: Bara, A., International Journal of Information Management (2017),

- Jenner, M., & Lowman, L. (2003). A Knowledge Management Success Model: An Extension of Debone and Mclean's is Success Model. AMCIS 2003 Proceedings, 330.
- Mendoza, C., Bischoff, J., & Willy, C.(2017). Measuring the Value of Knowledge Management Practices at
- Monika, I., & Takeuchi, H.(1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford university press
- Proust, G. J.(1998). Practical Knowledge Management: A Model that Works. PRISM-CAMBRIDGE MASSACHUSETTS-, 17-30.
- Proust, G., Rabun, S., & Romhardt, K.(2000). *Managing Knowledge: Building Blocks for Success*(Vol. 360). Chi Chester: John Wiley & Sons.

