

## **Identifying Functions of Online Community of Practice**

**Ali Hamidizadeh<sup>1</sup>, Reza Tahmasebi<sup>2</sup>, Atefeh Zarean Shirvanehdeh<sup>3</sup>**

**Abstract:** Nowadays, there is a growing trend in the constitution of community of practice (COP) through cell phone communication software. So, studies about COP and its functions seem necessary. In this research, the positive functions of COP have been identified through theme analysis, and then the identified functions have been categorized using exploratory factor analysis. This research has been done in two phases using mixed-method approach. In the qualitative phase, library resources and in the quantitative phase, researcher-made questionnaire were used. In addition, in the qualitative phase, the functions were identified through literature review. The statistical population of the quantitative phase includes employees of public organizations and private firms who are a member of any groups, consisting of their colleagues, on their cell phones using social communication software such as: Telegram, WhatsApp, and Viber. Purposive sampling was used to select the groups and the individuals. 446 individuals, within 19 groups, filled out the questionnaire. 38 main themes have been identified and divided into 6 categories of innovation and problem solving, information and knowledge exchange, collective identity, knowledge ability, continual development, gain and create value.

**Key words:** *Communication Software, Community of Practice, Exploratory factor analysis, Knowledge Management, Theme Analysis.*

- 
1. Assistant Prof. in Public Administration, Farabi Campus University of Tehran, Qom, Iran
  2. Assistant Prof. in Human Resources Management, Farabi Campus University of Tehran, Qom, Iran
  3. MS.c. in Public Administration, Farabi Campus University of Tehran, Qom, Iran
- 

**Submitted:** 28 / June / 2017

**Accepted:** 06 / October / 2017

**Corresponding Author:** Ali Hamidizadeh

**Email:** hamidizadeh@ut.ac.ir

## شناسایی کارکردهای انجمن‌های خبرگی آنلاین

علی حمیدی‌زاده<sup>۱</sup>، رضا طهماسبی<sup>۲</sup>، عاطفه زارعان شیروانده<sup>۳</sup>

**چکیده:** امروزه تشکیل انجمن‌های خبرگی از طریق نرم‌افزارهای ارتباطی موبایلی بیشتر شده، از این رو به مطالعه در این زمینه و کارکردهای آن توجه می‌شود. این پژوهش ضمن شناسایی کارکردهای مثبت انجمن‌های خبرگی از طریق تکنیک تحلیل تم، با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی به دسته‌بندی آنها پرداخته است. پژوهش به روش آمیخته از نوع متوالی - کیفی، کمی انجام شده است. در بخش کیفی از منابع کتابخانه‌ای و در بخش کمی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. در بخش کیفی، کارکردها از طریق مرور مبانی نظری، احصا شده‌اند. جامعه آماری بخش کمی را افراد شاغل در سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی تشکیل می‌دهد که از طریق نرم‌افزارهای ارتباطی نظیر وایبر، واتس‌آپ و تلگرام در گروه‌های ایجادشده در گوشی‌های همراه خود با همکاران عضو هستند. همچنین روش نمونه‌گیری این بخش، در دو مرحله انتخاب گروه‌ها و انتخاب افراد، هدفمند است. ۴۴۶ نفر در قالب ۱۹ گروه نمونه، به پرسشنامه پاسخ داده‌اند. ۳۸ تم اصلی شناسایی شد که در شش دسته نوآوری و حل مسئله، مبادله دانش و اطلاعات، هویت جمعی، دانشگری، توسعه مستمر، کسب و خلق ارزش جا گرفته‌اند.

**واژه‌های کلیدی:** انجمن خبرگی، تحلیل تم، تحلیل عاملی اکتشافی، مدیریت دانش، نرم‌افزار ارتباطی.

۱. استادیار مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۲. استادیار مدیریت منابع انسانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۳. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۴/۰۷

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۶/۰۷/۱۴

نویسنده مسئول مقاله: علی حمیدی‌زاده

E-mail: hamidzadeh@ut.ac.ir

**مقدمه**

در دهه‌های اخیر، تغییرات سریع‌نشئت‌گرفته از تکنولوژی و نوآوری، به شکل‌گیری شیوه‌های نوین در محل کار و بازسازی فرایندهای کاری کمک بزرگی کرده است (مانوتی، ایمپدوو و دپالما، ۲۰۱۷). روش‌های کاری هوشمند که به بهبود عملکرد از طریق تسهیم دانش و مهارت‌ها منجر می‌شوند، باعث شده تا توجه به گروه‌ها و انجمن‌هایی از افراد (انجمن‌هایی که یا خود به خود یا توسط مدیریت ایجاد می‌شوند) به‌منظور بهبود فرایندهای یادگیری، پررنگ‌تر شود. مثالی مشخص برای این انجمن‌ها، انجمن‌های خبرگی است (مانوتی و همکاران، ۲۰۱۷).

انجمن خبرگی، گروهی از افراد هستند که برای انجام کار مشترکی دغدغه یا اشتیاق دارند. این افراد در تعامل با همکاران خود، از طریق تسهیم دانش و تجربه، می‌آموزند که چگونه آن کار را به‌نحو مطلوب‌تری انجام دهند (ونگر، ۲۰۱۱). انجمن خبرگی را زمانی آنلاین می‌نامیم (انجمن خبرگی آنلاین) که جلسات رخ به رخ وجود نداشته باشد و تعاملات، بنیان اصلی ارتباطات بین افراد را فراهم آورند. انجمن‌های آنلاین، معمولاً انجمن‌هایی هستند که به‌لحاظ جغرافیایی پراکنده‌اند و افراد را در سراسر مناطق و واحدهای سازمانی، به یکدیگر متصل می‌کنند (دافیلد، ۲۰۱۶). اغلب، افراد فعالیت در شبکه‌های اجتماعی آنلاین را از زندگی خصوصی خود آغاز کرده، سپس این فعالیت را به زندگی حرفه‌ای به‌عنوان راهی برای دستیابی به ارتباطات اجتماعی سازمانی، وارد می‌کنند. اما مدیران به‌ندرت نسبت به این کانال‌های ارتباطی جدید، تمایل نشان می‌دهند (گیلز، ۲۰۱۰).

با پیشرفت در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و با توجه به نقش انکارناپذیر تکنولوژی بر زندگی افراد، هر روز شاهد تعاملات بیشتر افراد با یکدیگر و تشکیل گروه‌هایی بین همکاران با استفاده از نرم‌افزارهای ارتباطی موبایلی نظیر تلگرام، وایبر و واتس‌آپ هستیم. یکی از انواع انجمن‌های خبرگی، تشکیل همین گروه‌های کاری موبایلی، در فضای مجازی است. هر یک از این انجمن‌های خبرگی مجازی می‌تواند کارکردهای مثبت بسیاری را برای افراد فراهم آورد، اما ممکن است به‌دلیل آگاه نبودن کارکنان و مدیران از این کارکردها، از این انجمن‌ها به‌طور مطلوب و صحیح بهره برده نشود. در صورت افزایش آگاهی در این زمینه ممکن است در وقت، هزینه و... صرفه‌جویی شود و کارکنان و مدیران به تشکیل این انجمن‌ها در فضای مجازی، تمایل بیشتری پیدا کنند. بنابراین در این پژوهش سعی می‌شود با شناسایی کارکردهای مثبت انجمن‌های خبرگی، مدلی ارائه شود تا در آگاهی شاغلان از این کارکردها سهمی داشته و آنها نیز با دانستن این کارکردها، بتوانند به‌طور جدی‌تری از تشکیل این انجمن‌ها با استفاده از

نرم افزارهای ارتباطی موبایلی، استقبال کنند. از این رو پژوهش حاضر به به این پرسش اصلی پاسخ می‌دهد: کارکردهای مثبت انجمن‌های خبرگی در سازمان چیست؟

### پیشینه پژوهش

#### مفهوم انجمن‌های خبرگی

انجمن‌های خبرگی به گروهی از افرادی گفته می‌شود که علاقه، هنر یا حرفه‌ای را به اشتراک می‌گذارند. گروه می‌تواند به‌طور طبیعی، از طریق منافع مشترک اعضا، تکامل یابد یا می‌تواند به‌طور ویژه‌ای، با هدف به‌دست آوردن دانش مرتبط با یک حوزه مورد علاقه، ایجاد شود. این کار از طریق فرایند به اشتراک‌گذاری اطلاعات و تجربیات در داخل گروه میسر می‌شود و در آن اعضا از یکدیگر می‌آموزند و برای توسعه خود به‌طور شخصی و حرفه‌ای فرصت پیدا می‌کنند (لاو و ونگر، ۱۹۹۱). در تعریفی دیگر، انجمن‌های خبرگی، گروهی از افراد تلقی می‌شوند که دغدغه یا مجموعه‌ای از مشکلات یا اشتیاق نسبت به یک موضوع را به اشتراک گذاشته و از آن طریق سعی می‌کنند دانش و تخصص خود در زمینه مد نظر را از طریق تعامل مستمر، عمیق‌تر کنند (بلیسانی و اسکارسو، ۲۰۱۴).

#### ویژگی‌های انجمن‌های خبرگی

یک انجمن خبرگی دارای سه ویژگی زیر است:

۱. جسارت و اراده جمعی: این ویژگی زمینه مشترکی برای ارتباطات و حس هویت مشترکی برای اعضا فراهم می‌آورد. اعضا به‌طور جمعی با مشخص کردن قلمرو فعالیت، این امکان را دارند که بدانند در چه مواردی همکاری کرده و چگونه مشارکت می‌کنند. همچنین دانستن مرزهای فعالیت، به اعضا این امکان را می‌دهد تا بتوانند به‌طور جمعی در مورد آنچه ارزش به اشتراک‌گذاری دارد، چگونگی ارائه ایده‌ها و دنبال کردن کدام فعالیت‌ها، تصمیم بگیرند (چنگ و لی، ۲۰۱۴).
۲. تعامل متقابل: اعضای بالغ انجمن، می‌توانند تعاملات و ارتباطات مبتنی بر اعتماد و احترام متقابل را پرورش دهند. همچنین این ویژگی به اعضا امکان می‌دهد که ایده‌های خود را به اشتراک بگذارند، پرسش‌های مختلف مطرح کنند و به پاسخ‌های دیگران با دقت گوش دهند (چنگ و لی، ۲۰۱۴).
۳. مجموعه مشترکی از منابع: این ویژگی به مجموعه‌ای از چارچوب‌ها، ایده‌ها، ابزارها، اطلاعات و اسنادی که اعضا به اشتراک می‌گذارند، اشاره دارد. در واقع دانشی است که اعضا

آن را توسعه می‌دهند، به اشتراک می‌گذارند و حفظ می‌کنند. این ویژگی به اعضا امکان می‌دهد که بتوانند به‌طور مؤثری با قلمرویی از دانش، سروکار داشته باشند (چنگ و لی، ۲۰۱۴).

### انجمن‌های خبرگی آنلاین

انجمن‌های خبرگی به شیوه‌های گوناگونی می‌توانند تشکیل شوند. برخی از انجمن‌های خبرگی به‌صورت فیزیکی و از طریق ارتباطات چهره به چهره و برخی دیگر به‌صورت آنلاین و توسط شبکه‌های اطلاعاتی ایجاد می‌شوند (ونگر و اسنایدر، ۲۰۰۰: ۱۴۰). ابداع اینترنت و ابزارهای متعاقب آن، باعث ظهور مفاهیمی نظیر انجمن‌های آنلاین و انجمن‌های مجازی شده است و به افراد امکان می‌دهد که بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این دو واژه جایگزین یکدیگرند و می‌توانند این گونه تعریف شوند: گروهی از افرادی که از ابزارهای ارتباطی آنلاین، برای بحث و اشتراک‌گذاری مسائل و مشکلات و همچنین علایق و اشتیاق‌ها، استفاده می‌کنند (وجکیک، ۲۰۱۵).

استانواسکا - سلابوا و اسمید (۲۰۰۱: ۲) انجمن‌های آنلاین را انجمن‌هایی تعریف می‌کند که از این ویژگی‌ها برخوردار باشند: داشتن موضوع مشترک برای بحث، تداوم معنا و مفهوم مشترک، پیوستگی ارتباطات و یک ساختار سازمانی تعریف شده مشخص که نقش‌ها، قواعد، قوانین ارتباطات و مشارکت‌ها را دربرمی‌گیرد، همان‌گونه که در مورد فرایندهای سازمانی، این ساختار وجود دارد.

انجمن‌های خبرگی آنلاین، فرصت‌هایی را برای ارتباطات بین افراد بدون توجه به مرزهای جغرافیایی فراهم می‌آورد. انجمن‌های سنتی و غیرآنلاین ممکن است در «یک» مجموعه خاص (سیستم، سازمان) ایجاد شوند در حالی که انجمن‌های آنلاین باعث ایجاد برقراری ارتباط افراد بین «چند» مجموعه می‌شوند که این امر، متروک ماندن تجارب حرفه‌ای افرادی را که ممکن است در مجموعه‌ای خاص به‌عنوان اقلیت محسوب شوند، کاهش می‌دهد (وجکیک، ۲۰۱۵). به همین دلیل بسیاری از سازمان‌ها، انجمن‌های آنلاین را برای ارتباط اعضای سازمان که در مناطق جغرافیایی پراکنده‌اند، به کار گرفته‌اند (لی، وگل و لیمایم، ۲۰۰۳).

طبق تعریف ری‌دینگز، ژفن و آرینزه (۲۰۰۲) انجمن‌های مجازی به‌منزله گروهی از افراد با علایق و اقدامات مشترک هستند که به‌طور مرتب، طی یک دامنه زمانی و به شیوه‌ای سازمان‌یافته مبتنی بر اینترنت از طریق یک مکانیزم یا مکان مشترک با یکدیگر ارتباط دارند. یک انجمن مجازی نوعی فضای مجازی است که از طریق فناوری اطلاعات پشتیبانی می‌شود. انجمن مجازی، محور ارتباطات و تعاملات است که به مشارکت‌کنندگان این امکان را می‌دهد تا

وظایف مشترک را انجام داده و از یکدیگر یاد بگیرند، با هم مشارکت کرده و به صورت جمعی دانش ایجاد کنند (لی و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۵۳). با توجه به این توضیحات، تمرکز اصلی پژوهش حاضر بر انجمن‌های خبرگی آنلاین و مجازی است که از طریق فناوری اطلاعات و در بستر شبکه‌های اجتماعی نظیر تلگرام، وایبر و نظایر آن ایجاد شده‌اند.

### کارکردهای انجمن‌های خبرگی و پیشینه تجربی پژوهش

مهم‌ترین کارکرد یک انجمن خبرگی برای اعضا، یادگیری است. ونگر (۱۹۹۶) اشاره می‌کند که یادگیری رفتار جدایی‌ناپذیری است که با مشارکت اجتماعی تنیده شده است. چارچوب‌های ذهنی هر یک از اعضا توسط ایده‌های سایر افراد به چالش کشیده شده است و موجب می‌شود چنین چارچوب‌هایی به طور پیوسته بازسازی شوند (لیم، وارد و بن‌باسات، ۱۹۹۷).

همگام با دیدگاه انجمن خبرگی، نظریه سرمایه اجتماعی نیز تأکید می‌کند که تعامل اجتماعی به افزایش اطلاعات و یادگیری کنشگران درگیر در آن منجر می‌شود (ساندفور و لومن، ۱۹۹۸). برای مثال، انجمن‌های خبرگی ممکن است به نیروهای تازه استخدام شده اجازه دهند تا کارشناسان خبره و متخصص در یک زمینه موضوعی را به سرعت شناسایی کرده و بتوانند از دانش آنان در زمینه حل و فصل مسائل کاری خود و در نتیجه کاهش منحنی یادگیری استفاده کنند (لسر و استورک، ۲۰۰۱).

ونگر، مک‌دموت و اسنایدر در کتاب ترویج محافل کاری (۲۰۰۲) اشاره می‌کنند که انجمن‌های خبرگی برای سازمان و اعضا در کوتاه‌مدت و بلندمدت، کارکردهای مثبتی ایجاد می‌کنند.

میلن، فونتین و مولر (۲۰۰۲) کارکردهای انجمن‌های خبرگی را در سه دسته فردی، انجمن و سازمانی، به شرح زیر تعریف کرده‌اند:

۱. کارکردها برای افراد: بهبود شهرت، درک بهتر از آنچه دیگران در سازمان انجام می‌دهند و افزایش سطح اعتماد، کارکرد فردی تلقی می‌شوند. انجمن خبرگی باعث تعامل اعضا و یادگیری و توسعه حرفه‌ای مستمر در مورد ابزارها، روش‌ها و رویه‌های جدید می‌شود. در مجموع این کارکردها شرایطی فراهم می‌آورند تا اعضا به طور حرفه‌ای توسعه یافته، در خط مقدم رشته خود باقی بمانند و در تخصص خود، اعتماد به نفس به دست آورند.
۲. کارکردها برای انجمن: شامل افزایش خلق ایده، افزایش کیفیت دانش، حل مشکل و ایجاد زمینه‌ای مشترک است. انجمن‌ها، برای خلاقیت و ایده‌های جدید، آزادی بیان فراهم می‌آورند و به اعضا فرصت تسهیم ایده و فکر کردن می‌دهند.

۳. کارکردها برای سازمان: بهبود ارتباط بین اعضای انجمن به اجرای موفقیت‌آمیز پروژه‌ها، راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید و نوآوری در محصول، منجر می‌شود. شواهد قانع‌کننده‌تری از کارکردها مبنی بر صرفه‌جویی در زمان وجود دارد که به کاهش زمان برای جست‌وجو و تسهیم اطلاعات به‌منظور بهبود بهره‌وری عملیاتی کمک می‌کند (میلن و همکاران، ۲۰۰۲). در دسته‌بندی‌های ونگر و همکاران (۲۰۰۲) و میلن و همکاران (۲۰۰۲) با مدل به‌دست‌آمده در این پژوهش تفاوت‌هایی وجود دارد که در بخش‌های بعدی، به آنها پرداخته خواهد شد. اما دو مدل نام‌برده دارای شباهت‌هایی هستند از جمله اینکه در هر دو مدل، کارکردهای مربوط به اعضا و سازمان به‌طور مجزا بیان شده‌اند.

با وجود اینکه بحث و استدلال‌های زیادی در مورد اثرهای مثبت شبکه‌های اجتماعی آنلاین وجود دارد، برخی از رهبران سازمانی در مورد ریسک‌ها یا خطرهای بالقوه شبکه‌های اجتماعی نگران هستند (هتی، ۲۰۰۷). برخی یافته‌ها نشان می‌دهند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی، باعث دردسر شده و معایبی دارند (شاتل، ۲۰۱۰). برخی از شاغلان عقیده دارند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی، اتلاف وقت است (مکبل، نووو و کوک، ۲۰۱۳). هاپتمن و استگر (۲۰۱۳) در تحقیق خود، نتایج منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی، نظیر تلفیق زندگی خصوصی و کاری افراد و هدر رفتن منابع سازمانی را برجسته کرده‌اند. از این رو مدیریت نامناسب این سیستم‌ها می‌تواند به فاجعه یا حداقل کابوس روابط عمومی منجر شود (مایلز و میوکا، ۲۰۱۱). بنابراین مهم است شرایطی ایجاد شود که سازمان‌ها بتوانند به‌طور سازنده از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند (کرون، گوک و شومیکر، ۲۰۱۵).

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به روش آمیخته با ترکیبی از دو روش کیفی و کمی انجام شده است. پژوهش در دو مرحله انجام شده است. در مرحله نخست یا بخش کیفی، کارکردهای انجمن خبرگی با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و تکنیک تحلیل تم شناسایی شدند. برای این کار ابتدا با جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعاتی نظیر Emeraldinsight، Science Direct و Wiley Online Library، ۸۹ مقاله بررسی شد که از این تعداد، ۴۷ مقاله مرتبط با موضوع پژوهش تفکیک شدند و در نهایت برای شناسایی کارکردهای انجمن خبرگی از ۱۵ مقاله و یک کتاب استفاده شد.

در مرحله دوم یا بخش کمی، کارکردهای شناسایی شده در مرحله پیش (شاخص‌ها یا تم‌های اصلی) دسته‌بندی شدند و به منظور دستیابی به مؤلفه‌ها و تکمیل مدل پژوهش، تحلیل عاملی اکتشافی در نرم‌افزار SPSS به اجرا درآمد.

برای گردآوری اطلاعات بخش کیفی پژوهش، فقط از منابع کتابخانه‌ای استفاده شده است، به همین دلیل، این بخش جامعه و نمونه آماری ندارد. جامعه آماری در بخش کمی را افراد شاغل در سازمان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی که از نرم‌افزارهای ارتباطی موبایلی استفاده می‌کنند و با همکاران خود در گروه‌های موبایلی عضو هستند، شکل می‌دهد. منظور از گروه‌های موبایلی، گروه‌های ایجادشده در گوشی‌های همراه با استفاده از برنامه‌های وایبر، واتس‌آپ و تلگرام است. همچنین نمونه‌گیری به روش هدفمند بوده و در دو مرحله انجام شده است. در مرحله نخست انتخاب گروه‌ها به صورت هدفمند انجام شده است؛ به طوری که گروه‌هایی در معرض انتخاب قرار می‌گیرند که با هدف سرگرمی ایجاد نشده و متشکل از جمعی از همکاران باشند. در مرحله دوم برای انتخاب افراد نیز از روش هدفمند استفاده شده است، یعنی افرادی به پرسشنامه پاسخ داده‌اند که در سازمان‌های مختلف دولتی یا شرکت‌های خصوصی (بجز مشاغل آزاد) مشغول به فعالیت هستند. در پژوهش کیفی از نمونه‌گیری غیراحتمالی استفاده شده است، زیرا تناسب افراد با موضوع پژوهش، شیوه انتخاب افراد مورد مطالعه را تعیین می‌کند و معرف بودن آنها در این انتخاب نقشی ندارد، همچنین در پژوهش حاضر، در مورد گروه یا جامعه وسیعی که قصد نمونه‌گیری از آن را داریم، اطلاعات محدودی وجود دارد (حسن دانایی فرد و حسین کاظمی، ۱۳۸۹). بنابراین تعداد ۱۹ گروه کاری به عنوان نمونه آماری پژوهش، در نظر گرفته شده است.

ابزار گردآوری در مرحله دوم این پژوهش، پرسشنامه محقق‌ساخته با ۴۱ گویه است. تم‌های اصلی یا کارکردهای شناسایی شده در بخش کیفی، به عنوان شاخص در بخش کمی در نظر گرفته شده و گویه‌های پرسشنامه متناسب با آنها طراحی شده است. مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت، برای سنجش گویه‌ها به کار گرفته شده و پرسشنامه به صورت الکترونیکی طراحی شده است.

تحلیل عاملی یکی از رویکردهای آماری با نمونه بزرگ است که برای انجام آن باید تعداد آزمودنی‌ها بیشتر از متغیرها باشد. برای این منظور نسبت‌های مختلفی بیان شده است. یکی از آنها نسبت ۱۰ به ۱ است، یعنی به ازای هر متغیر به ۱۰ نمونه نیاز داریم (کلاین، ۲۰۱۰). با توجه به اینکه ۳۸ عامل سنجیده شده است، حداقل حجم نمونه باید ۳۸۰ باشد که در پژوهش حاضر برای افزایش دقت تحلیل‌ها، تعداد ۴۴۶ پرسشنامه جمع‌آوری گردید و در تحلیل‌ها از آنها استفاده شد.



در بخش کمی و به‌منظور تعیین روایی محتوای پرسشنامه، از استادان صاحب‌نظر، نظرخواهی شده و پرسشنامه از نظر آنها به تأیید رسید. از تعداد ۳۰ پرسشنامه، پایایی پیش‌آزمون انجام شد و میزان ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار SPSS تأیید شد.

### یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که گفته شد، برای شناسایی کارکردهای مثبت انجمن‌های خبرگی آنلاین، از مرور مبانی نظری استفاده شد. ۷۹ کارکرد از طریق مرور مبانی نظری شناسایی شده و در چند مرحله بازنگری شده است. پس از شناسایی کارکردها در گام بعدی کارکردها بر اساس قرابت معنایی، طبقه‌بندی شدند و در نهایت از ترکیب ۷۹ کارکرد شناسایی شده (تم فرعی)، ۳۸ تم اصلی به‌دست آمده است. شایان ذکر است که در بخش کمی، این تم‌های اصلی به‌عنوان شاخص، در نظر گرفته شدند.

مراحلی که در این پژوهش برای تحلیل تم استفاده شد بر اساس روش‌شناسی براون و کلارک (۲۰۰۶)، به شرح زیر است:

۱. آماده‌سازی و آشنایی با داده‌ها: در این مرحله مقالات مربوط به کارکردهای انجمن‌های خبرگی بررسی شدند. این مرحله با هایلایت کردن قسمت‌هایی از مقالات که به کارکردهای انجمن‌های خبرگی اشاره کردند، به اتمام رسید و هیچ‌گونه نام‌گذاری در این مرحله انجام نگرفت.
۲. ایجاد کدهای اولیه: در این مرحله پس از بررسی و آشنایی با مقالات، پس از ترجمه قسمت‌هایی که به کارکردها اشاره داشتند، کدهای اولیه مشخص شد. این کدها یک ویژگی از داده‌ها را معرفی می‌کنند که به نظر محققان جالب و قابل توجه است.
۳. جست‌وجوی تم‌ها: در این مرحله دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب تم‌های بالقوه و مرتب کردن تمام کدهای مشخص شده در قالب تم‌های مشخص، انجام شد. در این مرحله محقق در نظر می‌گیرد چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک تم کلی، ترکیب شوند.
۴. بازبینی تم‌ها: در این مرحله محقق مجموعه‌ای از تم‌ها را ایجاد کرده و آنها را بازبینی می‌کند.
۵. پس از طی این چهار مرحله، تم‌های اصلی شناسایی شدند که در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. تم‌های اصلی و فرعی کارکردهای انجمن‌های خبرگی

ردیف	تم اصلی	تم فرعی	منبع
۱	یادگیری پیوسته	یادگیری پیوسته / حرفه‌ای	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)؛ میلن و همکاران (۲۰۰۲)؛ ونگر (۱۹۹۶)؛ لاو و ونگر (۱۹۹۱)؛ الجاعر (۱۹۹۹) و ونگر (۱۹۹۸)
		کاهش موانع یادگیری	لسر و اورست (۲۰۰۱)؛ لسر و استورک (۲۰۰۱) و شنکل و تیلند (۲۰۰۸)
۲	توسعه حرفه‌ای	توسعه حرفه‌ای	ونگر و همکاران (۲۰۰۲) و میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۳	دسترسی به تخصص	دسترسی به تخصص	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
		افزایش دسترسی به متخصصان موضوعی	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۴	بهبود ارتباط	افزایش فرصت برای یافتن متخصصان	آله (۲۰۰۰)
		بهبود ارتباط با همکاران	ونگر و همکاران (۲۰۰۲) و میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۵	افزایش کیفیت کار	افزایش کیفیت کار	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
		بهبود کیفیت	آله (۲۰۰۰)؛ ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
۶	افزایش بهره‌وری	بهره‌وری عملیاتی	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
		افزایش بهره‌وری	ونگر (۱۹۹۸)
		راندمان کار	آله (۲۰۰۰)
		صرفه جویی در زمان	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۷	ایجاد حس هویت	کاهش هزینه	لویارت و ریورا (۲۰۰۷)؛ آله (۲۰۰۰)؛ ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
		حس هویت حرفه‌ای	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
۸	بهبود شهرت	حس تعلق	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
		افزایش اعتبار حرفه‌ای	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
۹	افزایش اعتماد	بهبود شهرت	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
		حس اعتماد و وفاداری	آله (۲۰۰۰)
۱۰	تقویت یادگیری	افزایش سطوح اعتماد	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
		تقویت یادگیری	آله (۲۰۰۰)
۱۱	توسعه شایستگی	یادگیری سازمانی	لویارت و ریورا (۲۰۰۷)؛ یامکلین و ایگل (۲۰۱۲)
		افزایش مهارت و شایستگی	آله (۲۰۰۰) و بورک و سوتون (۲۰۰۰)
		تسهیل توسعه مهارت‌های فردی	ونگر (۱۹۹۸)؛ ونگر و اسنایدر (۲۰۰۰)
		افزایش قابلیت‌ها	چسبروک (۲۰۰۶)؛ وست و لاخانی (۲۰۰۸)
۱۲	مواجهه شدن یا چالش‌ها	ایجاد شایستگی و مزیت رقابتی	آله (۲۰۰۰)
		شایستگی سازمانی	لویارت و ریورا (۲۰۰۷)
		کمک‌رسانی و مواجهه شدن با چالش‌ها	آله (۲۰۰۰)

ادامه جدول ۱

ردیف	تم اصلی	تم فرعی	منبع
۱۳	تسهیل تعامل	تشویق تعامل اعضا	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
		بهبود تعامل اجتماعی	ونگر (۱۹۹۸)
		توسعه بحث و گفت‌وگو	لیم و همکاران (۱۹۹۷)؛ یو، چانگ، یاتو و لیو (۲۰۰۹)
۱۴	دسترسی به اطلاعات	افزایش دسترسی به منابع اطلاعاتی ارزشمند	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
		افزایش اطلاعات	ساندفور و لومن (۱۹۹۸)
		سریع‌تر شدن و کمتر شدن هزینه‌های بازیابی اطلاعات	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
۱۵	افزایش اعتماد به نفس	افزایش اعتماد به نفس	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۱۶	حل مشکل	تعهد نسبت به حل مشکل	چسبروک (۲۰۰۶)؛ وست و لاخانی (۲۰۰۸)
		حل سریع مشکلات بین رشته‌ای	آله (۲۰۰۰)
		حل سریع و اثربخش مشکلات	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)؛ ونگر (۱۹۹۸)؛ ونگر و اسنایدر (۲۰۰۰)
		حل مشکل حل مجدد مشکل	میلن و همکاران (۲۰۰۲)؛ یو و همکاران (۲۰۰۹) ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
۱۷	تجدید نظر در مدل‌های ذهنی	تجدید نظر در مدل‌های ذهنی و به‌روزرسانی دانش خود	لیم و همکاران (۱۹۹۷)
۱۸	کاهش منحنی یادگیری	کاهش منحنی‌های یادگیری	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)؛ لسر و استورک (۲۰۰۱)
		کاهش دوباره‌کاری	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
۱۹	تقویت همکاری	تقویت همکاری	ونگر (۱۹۹۸)
		هماهنگی، استانداردسازی و سینرژی بین واحدهای سازمانی	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)؛ آله (۲۰۰۰)؛ یو و همکاران (۲۰۰۹)
۲۰	تسهیل دانش	تسهیم و توزیع دانش	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
		کمک به انتقال دانش	آله (۲۰۰۰)
		انتشار دانش	پاولین (۲۰۰۶)
۲۱	اتحادسازی	تسهیم آموخته‌ها	بورک و سوتون (۲۰۰۰)
		اتحادسازی	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
۲۲	استخدام نیروی مستعد	کمک به استخدام نیروهای مستعد	آله (۲۰۰۰)؛ ونگر (۱۹۹۸)؛ ونگر و اسنایدر (۲۰۰۰)؛ ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
۲۳	تقویت بهترین تجارب	استفاده مجدد از بهترین روش‌ها	آله (۲۰۰۰)
		تقویت بهترین شیوه‌ها	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
		تقویت انتقال بهترین شیوه‌ها و تجارب	ونگر (۱۹۹۸) و ونگر و اسنایدر (۲۰۰۰)
		دریافت و تسهیم شیوه‌های خوب	بورک و سوتون (۲۰۰۰)

ادامه جدول ۱

ردیف	تم اصلی	تم فرعی	منبع
۲۴	نوآوری	افزایش نوآوری / نوآوری مجدد	ونگر و همکاران (۲۰۰۳): آله (۲۰۰۰): لویارت و ریورا (۲۰۰۷): بورک و سوتون (۲۰۰۰): یامکلین و ایگل (۲۰۱۲)
		نوآوری در محصول	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
		افزایش کسب‌وکارهای جدید	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۲۵	دسترسی به دانش	ایجاد خطوط جدید کسب‌وکار	ونگر و همکاران (۲۰۰۲)
		دسترسی راحت‌تر به دانش	لسر و اورست (۲۰۰۱): لسر و استورک (۲۰۰۱): شنکل و تیلند (۲۰۰۸)
۲۶	ایجاد ایده	تولید ایده برای محصولات و خدمات جدید	میلن و همکاران (۲۰۰۲): لسر و اورست (۲۰۰۱): لسر و استورک (۲۰۰۱): شنکل و تیلند (۲۰۰۸)
		افزایش خلق ایده	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۲۷	خلق ارزش	آزادی بیان خلاقیت و ایده‌های جدید	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
		ایجاد ارزش	لویارت و ریورا (۲۰۰۷)
۲۸	تغییر فرهنگ	تغییر فرهنگ سازمانی	لویارت و ریورا (۲۰۰۷)
۲۹	درک مشترک	ایجاد زبان، روش و مدل مشترک	آله (۲۰۰۰)
		ایجاد یک زمینه مشترک	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۳۰	خلق دانش	به وجود آمدن دانش و بانکی از متخصصان	آله (۲۰۰۰)
		خلق دانش	پاولین، ۲۰۰۶
۳۱	تسهیم قدرت و نفوذ	فراهم کردن تسهیم قدرت و نفوذ	آله (۲۰۰۰)
۳۲	تسهیم ایده‌ها	تسهیم ایده و فکر کردن	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۳۳	دسترسی به دانش نشریافته آشکار	دسترسی به دانش صریح انجمن	چسبروک (۲۰۰۶): وست و لاخانی (۲۰۰۸)
۳۴	شکل‌گیری نقشه‌های دانشی	شکل‌گیری نقشه‌های دانشی و شناسایی شکاف‌ها	یو و همکاران (۲۰۰۹)
۳۵	دسترسی به دانش نشرنیافته ضمنی	ایجاد و انتشار دانش ضمنی	نوناکا (۱۹۹۴): پولانی (۱۹۵۷): ونگر و همکاران (۲۰۰۲) و براون و دوگوید (۱۹۹۱)
		گسترش دانش ضمنی	ونگر و اسنایدر (۲۰۰۰)
		جست‌وجوی تجربه	یو و همکاران (۲۰۰۹)
۳۶	افزایش دانش	افزایش سطح دانش	یانگ و وی (۲۰۱۰)
۳۷	تسهیم اطلاعات	تسهیم اطلاعات	میلن و همکاران (۲۰۰۲)
۳۸	درخواست اطلاعات	درخواست اطلاعات	یو و همکاران (۲۰۰۹)

پس از شناسایی کارکردها، برای دسته‌بندی شاخص‌های (تم‌های اصلی) احصا شده، مشخص شدن مؤلفه‌ها و ارائه مدل، از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. تحلیل عاملی اکتشافی به دنبال پیدا کردن ابعاد و عوامل یک حوزه ناشناخته است. مرحله نخست در تحلیل عاملی، بررسی کفایت نمونه‌گیری و مجاز بودن آن است. بدین منظور شاخص KMO و آزمون بارتلت به کار گرفته شد. نتایج در جدول ۲ بیان شده است.

جدول ۲. آزمون کفایت و مجاز بودن تحلیل عاملی

سطح معناداری محاسبه شده	کای دو محاسبه شده	KMO
.	۷۱۲۶/۴۸۴	۰/۹۵۶

با توجه به عدد KMO (بزرگ‌تر از ۰/۷) و سطح معناداری آزمون بارتلت که کمتر از ۰/۰۵ است، می‌توان گفت که داده‌ها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب هستند.

جدول ۳. میزان واریانس‌های تبیین شده

عناصر	مقادیر ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی	عناصر	مقادیر ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	۱۳/۴۹۷	۳۹/۶۹۷	۳۹/۶۹۷	۱۸	-/۵۰۸	۱/۴۹۳	۸۳/۰۰۴
۲	۱/۷۸۳	۵/۲۴۴	۴۴/۹۴۱	۱۹	-/۵۰۲	۱/۴۷۶	۸۴/۴۸۰
۳	۱/۵۴۱	۴/۵۳۲	۴۹/۴۷۳	۲۰	-/۴۷۴	۱/۳۹۴	۸۵/۸۷۴
۴	۱/۲۰۶	۳/۵۴۸	۵۳/۰۲۱	۲۱	-/۴۳۵	۱/۲۷۸	۸۷/۱۵۲
۵	۱/۱۲۶	۳/۳۱۳	۵۶/۳۳۴	۲۲	-/۴۳۱	۱/۲۶۸	۸۸/۴۱۹
۶	۱/۰۲۱	۳/۰۰۲	۵۹/۳۳۷	۲۳	-/۴۱۳	۱/۲۱۴	۸۹/۶۳۳
۷	۰/۸۷۳	۲/۵۶۸	۶۱/۹۰۵	۲۴	-/۴۰۶	۱/۱۹۵	۹۰/۸۲۸
۸	۰/۸۳۳	۲/۴۵۱	۶۴/۳۵۶	۲۵	-/۳۸۴	۱/۱۲۹	۹۱/۹۵۷
۹	۰/۸۰۵	۲/۳۶۹	۶۶/۷۲۵	۲۶	-/۳۷۱	۱/۰۹۰	۹۳/۰۴۷
۱۰	۰/۷۳۱	۲/۱۴۹	۶۸/۸۷۴	۲۷	-/۳۴۶	۱/۰۱۸	۹۴/۰۶۵
۱۱	۰/۷۲۱	۲/۱۲۱	۷۰/۹۹۵	۲۸	-/۳۴۴	۱/۰۱۱	۹۵/۰۷۶
۱۲	۰/۶۸۹	۲/۰۲۶	۷۳/۰۲۱	۲۹	-/۳۳۳	۰/۹۴۹	۹۶/۰۲۵
۱۳	۰/۶۳۶	۱/۸۷۱	۷۴/۸۹۱	۳۰	۰/۳	۰/۸۸۳	۹۶/۹۰۸
۱۴	۰/۶۰۳	۱/۷۷۳	۷۶/۶۶۴	۳۱	-/۲۹۶	۰/۸۷	۹۷/۷۷۸
۱۵	۰/۵۸۹	۱/۷۳۳	۷۸/۳۹۷	۳۲	-/۲۸۱	۰/۸۲۵	۹۸/۶۰۳
۱۶	۰/۵۴۲	۱/۵۹۳	۷۹/۹۹۰	۳۳	-/۲۶۵	۰/۷۸	۹۹/۳۸۳
۱۷	۰/۵۱۷	۱/۵۲۰	۸۱/۵۱۰	۳۴	۰/۲۱	۰/۶۱۷	۱۰۰/۰۰۰

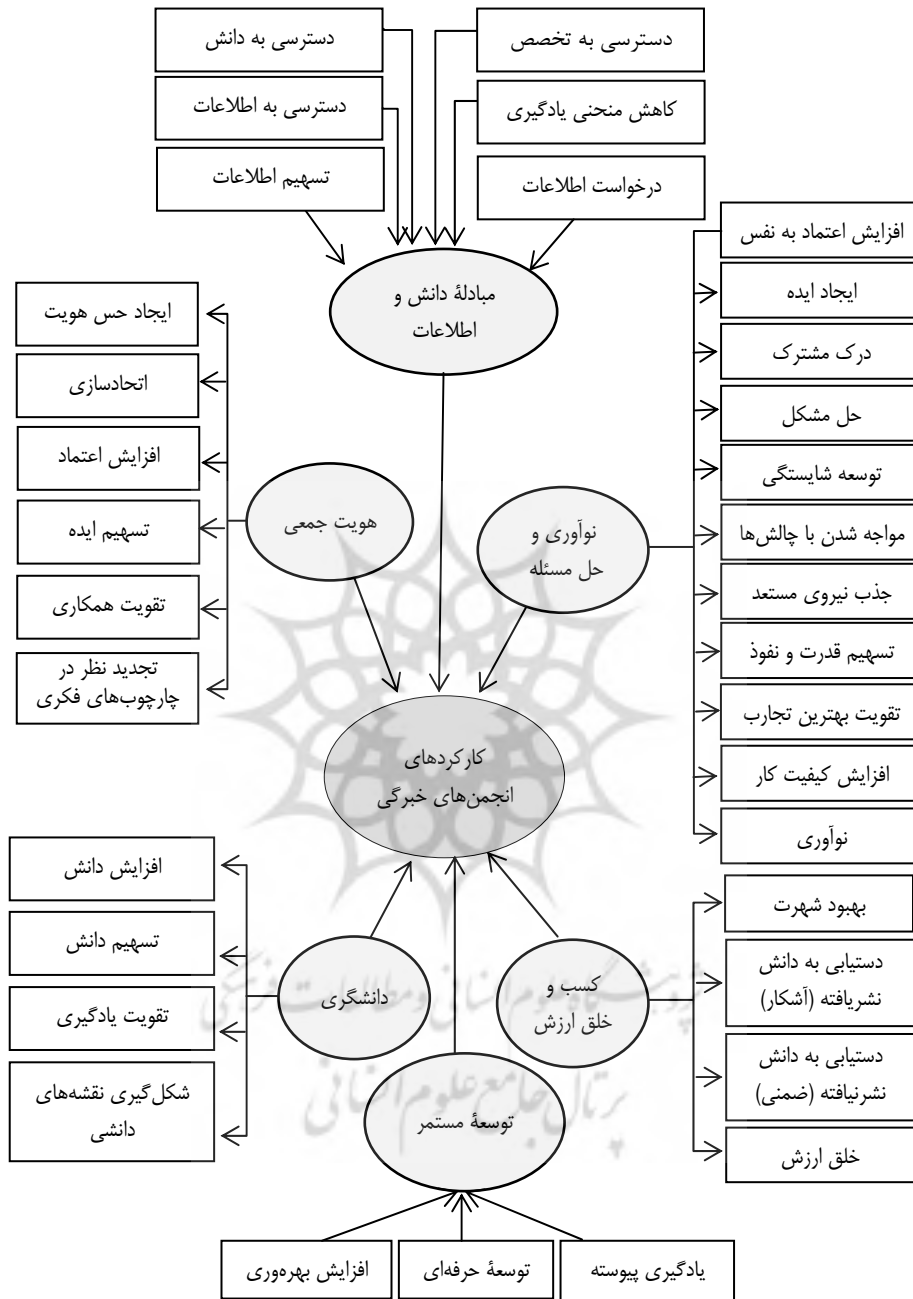
با توجه به جدول بالا، ۳۴ پرسش در مجموع شش مؤلفه قابل قبول را تشکیل می‌دهند. این شش مؤلفه در کل ۵۹/۳۳۷ درصد واریانس کل مفهوم کارکردهای انجمن‌های خبرگی را تبیین می‌کند. در انتها جدول نام‌گذاری مؤلفه‌های احصاشده نشان داده شده است. در جدول ۴، برای هر شاخص در سطر مد نظر، بیشترین مقدار قدر مطلق ضرایب انتخاب شده است که اختصاص آن شاخص به مؤلفه مربوطه را نشان می‌دهد. در پایان در مدل ارائه شده در شکل ۲، هر یک از مؤلفه‌ها نام‌گذاری شده‌اند.

جدول ۴. تعیین مؤلفه‌ها

مؤلفه						شاخص	شماره پرسش
ششم	پنجم	چهارم	سوم	دوم	اول		
					۰/۶۴۲	جذب نیروی مستعد	x۲۷
					۰/۶۳۵	تسهیم قدرت و نفوذ	x۴۰
					۰/۶۱۳	توسعه شایستگی	x۳۲
					۰/۶۰۵	مواجه شدن با چالش‌ها	x۲۳
					۰/۵۸	تقویت بهترین تجارب	x۳۹
					۰/۵۶۴	حل مشکل	x۲۷
					۰/۵۵۸	افزایش کیفیت کار	x۳۸
					۰/۵۲۳	افزایش اعتماد به نفس	x۱۳
					۰/۵۰۳	درک مشترک	x۲۳
					۰/۴۹۳	ایجاد ایده	x۲۱
					۰/۴۴۵	نوآوری	x۷
					۰/۶۵۴	دسترسی به دانش	x۲۵
					۰/۶۴۱	درخواست اطلاعات	x۱۶
					۰/۶۱۲	دسترسی به اطلاعات	x۳۱
					۰/۵۱۵	تسهیم اطلاعات	x۳۶
					۰/۵۰۵	دسترسی به تخصص	x۴
					۰/۴۸۷	کاهش منحنی یادگیری	x۲۲
					۰/۷۹۲	اتحادسازی	x۱۵

جدول ۴. تعیین مؤلفه‌ها

مؤلفه						شاخص	شماره پرسش
ششم	پنجم	چهارم	سوم	دوم	اول		
			۰/۷۱۹			تقویت همکاری	x۲۰
			۰/۶۰۸			ایجاد حس هویت	x۱۴
			۰/۵۸۹			افزایش اعتماد	x۱۷
			۰/۴۵۶			تسهیم ایده	x۱۸
			۰/۴۴۵			تجدید نظر در چارچوب‌های فکری	x۲۶
		۰/۷۱۲				شکل‌گیری نقشه‌های دانشی	x۴۱
		۰/۶۳۱				افزایش دانش	x۲۴
		۰/۶۰۳				تقویت یادگیری	x۳۵
		۰/۴۵۲				تسهیم دانش	x۲۹
	۰/۷۱۷					توسعه حرفه‌ای	x۲
	۰/۶۶۲					افزایش بهره‌وری	x۳
	۰/۶۲۲					یادگیری پیوسته	x۱
۰/۶۷۸						دستیابی به دانش نشر یافته (اشکار)	x۹
۰/۶۱۲						دستیابی به دانش نشر نیافته (ضمنی)	x۱۰
۰/۴۲۷						بهبود شهرت	x۸
۰/۴۱۴						خلق ارزش	x۱۱



شکل ۱. مدل کارکردهای انجمن‌های خبرگی



### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

همان‌طور که بیان شد، این پژوهش به روش آمیخته با هدف شناسایی کارکردهای مثبت انجمن‌های خبرگی انجام شده است و درصدد است تا کارکردهای شناسایی‌شده را در قالب مدلی ارائه دهد. این پژوهش، در دو مرحله انجام شده است. در مرحله نخست تلاش شده تا کارکردهای مثبت انجمن‌های خبرگی آنلاین با استفاده از مرور پژوهش‌های پیشین و با کمک تحلیل تم شناسایی شود. در این مرحله ۳۸ کارکرد شناسایی شد و در مرحله دوم این کارکردها با استفاده از تحلیلی عاملی اکتشافی در ۶ دسته جا گرفتند. کارکردهای اصلی انجمن‌های خبرگی (مؤلفه‌ها) عبارت‌اند از: نوآوری و حل مسئله، مبادله دانش و اطلاعات، هویت جمعی، دانشگری، توسعه مستمر، کسب و خلق ارزش.

ویژگی مدل پیشنهادی این است که در هر دسته ممکن است هم کارکردها برای اعضا وجود داشته باشند، هم برای سازمان و هم کارکردهایی که به انجمن مربوط می‌شود. اگرچه شاخص‌هایی که در این مدل در دسته‌ها قرار گرفته‌اند از نظر سه دسته بالا مجزا نشده‌اند اما از نظر معنا و مفهوم بسیار به یکدیگر نزدیک هستند، به گونه‌ای که تقریباً می‌توان گفت در شاخص‌های هر دسته نوعی وابستگی به یکدیگر وجود دارد به طوری که تحقق یک کارکرد در یک دسته می‌تواند موجب تحقق کارکرد دیگر، در همان دسته شود و اساس نام‌گذاری بر مبنای قرابت معنایی و مفهوم شاخص‌های هر دسته، انجام گرفته است. همچنین برخی ویژگی‌ها در برخی از دسته‌ها بسیار چشمگیرتر است. به طور مثال در دسته سوم (هویت جمعی)، ویژگی جمع-گرایی نمایان‌تر است و در دسته دوم (مبادله دانش و اطلاعات) موارد پوشش داده شده بیشتر با دانش و اطلاعات مرتبط است.

شایان ذکر است در اکثر مقالاتی که از مرور آنها، کارکردهای انجمن‌های خبرگی احصا شده، فقط اشاره‌ای کوچکی به کارکردهای این انجمن‌ها شده است. برای مثال لویارت و ریورا (۲۰۰۷) در یکی از ۴ فاز مدل پژوهشی خود برای ترویج انجمن‌های خبرگی، اشاره کوچکی به کارکردهای انجمن‌های خبرگی نیز کرده‌اند. همچنین در پژوهش پوجولا و اسکانیوس (۲۰۱۴) یکی از ۵ حوزه توسعه سازمانی در نظر گرفته شده به منظور بررسی انجمن‌های خبرگی به‌عنوان ابزار استراتژیک، کارکردهای مثبت انجمن‌های خبرگی است که از ادبیات مربوط به کارکردهای این انجمن‌ها در این بخش استفاده شده است و همچنین در بخشی از مقاله آردیچویلی، مارر، لی، ونتلینگ و استودمن (۲۰۰۶) نیز به برخی از کارکردها اشاره شده است. از این رو جمع‌بندی این کارکردها از مقالات نام‌برده و ارائه مدلی که بتواند تمامی کارکردهای احصا شده از این مقالات را پوشش دهد، از سایر ویژگی‌های این پژوهش است. همچنین در مدل میلن و همکاران

(۲۰۰۲) که در قسمت پیشینه پژوهش به آن اشاره شد، کارکردها مبتنی بر مصاحبه و نظرهای افراد است که به گستردگی کارکردهای بیان شده در این پژوهش نیست و در واقع مدل پژوهش حاضر تکمیل کننده و گسترده تر است.

پژوهش های داخلی مرتبط با پژوهش حاضر نیز انجام شده است. در پژوهش های همتی و آذربایجانی (۱۳۹۴) و یزدانی کاشانی (۱۳۹۴)، کارکردهای شبکه های اجتماعی در حوزه های مختلفی نظیر اقتصادی، اجتماعی، سیاسی یا در حوزه آموزش مجازی کارکنان انجام شده و به تعدادی کارکرد در این حوزه ها پرداخته شده است.

پژوهش زراعتکار مغانی (۱۳۹۴) همراستا با پژوهش حاضر است که در حوزه کارکردهای شبکه های اجتماعی انجام شده است و از ۱۱ کارکرد اشاره شده در این پژوهش، کارکردهایی نظیر اشتراک اطلاعات، تسهیم ایده و افزایش اعتماد، با کارکردهای پژوهش حاضر مشترک است.

در پژوهش تقی زاده و پورعباسی (۱۳۹۵)، همچون این پژوهش از شبکه های اجتماعی در تلگرام استفاده شده است، اما فقط به بررسی تسهیم دانش اعضا، به عنوان یکی از کارکردهای این پژوهش، پرداخته است.

با توجه به اهمیت کارکردها در این پژوهش، می توان پیشنهادهایی برای تحقق آنها در انجمن های خبرگی که از طریق نرم افزارهای ارتباطی موبایلی (گروه های تلگرامی) ایجاد می شوند، در نظر گرفت.

برای دستیابی به حداکثر کارکردها، باید دامنه فعالیت های گروه تحت عنوان مرامنامه یا منشور گروه، مشخص شود و حتماً افراد متخصص یا علاقه مند در حوزه مورد نظر در این نوع از گروه ها عضو شوند تا از هرج و مرج در بارگذاری و ارسال مطالب غیرمرتبط در نرم افزارهای موبایلی جلوگیری شود، زیرا ممکن است افراد در زمینه خاصی متخصص باشند اما در حوزه تخصصی مورد نظر گروه، هیچ تخصص یا علاقه ای نداشته باشند. همچنین به منظور مشارکت افراد برای افزایش دسترسی به برخی کارکردهای احصاشده، می توان از کارکنان خواست تا حداقل برای رسیدن به برخی کارکردها نظیر اشتراک دانش و اطلاعات و تجارب، تقویت همکاری و ... به طور گردشی به فعالیت های مختلف (فعالیت ها یا برنامه هایی که با هم فکری اعضا مشخص می شوند) بپردازند و به گونه ای نباشد که در این نوع از انجمن های خبرگی که با استفاده از نرم افزارهای ارتباطی موبایلی شکل می گیرد، عده ای فعالیت مداوم داشته باشند و سایر اعضا فقط خواننده باشند. یکی دیگر از کارکردهایی که هنگام توزیع پرسشنامه مشاهده شد و اعضا به آن بسیار توجه دارند، تقویت تجارب اعضا بود که از طریق اشتراک گذاری تجارب افراد با تجربه تر، امکان پذیر است و پیشنهاد می شود تا به منظور تحقق این امر، اعتماد لازم بین افراد

گروه ایجاد شود تا افراد با اشتیاق بیشتری به تبادل تجربه بپردازند. زیرا شاید اعضا فکر کنند که با تسهیم تجربیات خود، موقعیتشان به خطر خواهد افتاد. از این رو جو حاکی از اعتماد و همدلی به میزان زیادی مؤثر خواهد بود. به دلیل افزایش انجمن‌های خبرگی مجازی، با استفاده از نرم‌افزارهای موبایلی، رسیدن به این کارکردها می‌تواند دغدغه اعضای آنها باشد، به همین دلیل مطالعات آتی می‌توانند بر عواملی که به شکوفا شدن یا رسیدن به کارکردهای احصاشده منجر می‌شود، تمرکز کنند.

### فهرست منابع

- تقی‌زاده، ج.؛ پورعباسی، ج. (۱۳۹۵). مطالعه میزان تسهیم دانش خبرگان در شبکه‌های اجتماعی با استفاده از نتونوگرافی موردی پیام‌رسان تلگرام. *اولین کنفرانس بین‌المللی بازیابی تعاملی اطلاعات*، کیش، دانشگاه تهران.
- دانایی فرد، ح.؛ کاظمی، ح. (۱۳۸۹). *شیوه‌های پژوهش اجتماعی: رویکردهای کیفی و کمی*. تهران: انتشارات مهربان.
- زراعتکار مغانی، س. (۱۳۹۴). بررسی شبکه‌های اجتماعی، مزایا و معایب آنها. *کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های کاربردی در فناوری اطلاعات، کامپیوتر و مخابرات*. تربت حیدریه، شرکت مخابرات خراسان رضوی.
- همتی، ع.؛ آذربایجانی، ع. (۱۳۹۴). مزایا و معایب شبکه‌های اجتماعی رسانه‌های اجتماعی. *اولین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی با رویکرد بومی - اسلامی و با تأکید بر پژوهش‌های نوین*. ساری، بسیج اساتید دانشگاه پیام نور استان مازندران، شرکت علمی پژوهشی و مشاوره‌ای آینده‌ساز.
- یزدانی کاشانی، ز. (۱۳۹۴). مروری بر کاربرد شبکه‌های اجتماعی در آموزش مجازی کارکنان. *سومین کنفرانس ملی آموزش و توسعه سرمایه انسانی*، تهران، انجمن علمی آموزش و توسعه منابع انسانی.

### References

- Allee, V. (2000). Knowledge networks and communities of practice. *OD practitioner*, 32 (4), 4-13.
- Ardichvili, A., Maurer, M., Li, W., Wentling, T. & Stuedemann, R. (2006). Cultural influences on knowledge sharing through online communities of practice. *Journal of knowledge management*, 10 (1), 94-107.

- Bolisani, E. & Scarso, E. (2014). The place of communities of practice in knowledge management studies: a critical review. *Journal of Knowledge Management*, 18 (2), 366-381.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3 (2), 77-101.
- Brown, J. & Duguid, P. (1991). Organizational learning and communities-of-practice: toward a unified view of working, learning and innovation. *Organization Science*, 2 (1), 40-57.
- Burk, M. & Sutton, G. (2000). So You Think You Want to Be A Community...?. *White Paper*, Federal Highway Administration, Washington.
- Cheng, E.C.K. & Lee, J.C.K. (2014). Developing strategies for communities of practice. *International Journal of Educational Management*, 28 (6), 751-764.
- Chesbrough, H. (2006). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
- Crowne, K. A., Goeke, R. J. & Shoemaker, M. (2015). Enhancing international assignees' performance with online social networks. *Journal of Global Mobility*, 3 (4), 397-417.
- Danaeifard, H., Kazemi, H. (2011). *Social research methods: Quantitative and qualitative approaches*. Mehraban press, Tehran. (in Persian)
- Duffield, S. M. (2016). Application of the Syllk model wiring an organisation for the capability of an online community of practice. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 46 (2), 267-294.
- Elkjaer, B. (1999). In search of social learning theory. In Easterby-Smith, M., Araujo, L. and Burgoyne, J. (Eds), *Organizational Learning and the Learning Organization*, Sage, London.
- Giles, M. (2010). A world of connections. *The Economist*. Available in: <http://www.economist.com/node/15351002>.
- Hathi, S. (2007). CEOs stand divided on social media. *Strategic Communication Management*, 12 (1), 9.
- Hauptmann, S. & Steger, T. (2013). "A brave new (digital) world"? Effects of In-house Social Media on HRM. *German Journal of Human Resource Management*, 27 (1), 26-46.
- Hemati, A. & Azarbayjani, A. (2016). Advantages and disadvantages of social networks. *1st International humanities conference with native-islamic approach and emphasis of new researches*. Sari, payamenur university of

- Mazandaran province, Scientific-research and future consultative firm.  
(in Persian)
- Kline, R.B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling* (3<sup>rd</sup>ed).  
Newyork: Guilford Press.
- Lave, J. & Wenger, E. (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral  
Participation*. Cambridge:Cambridge University Press.
- Lee, F.S., Vogel, D. & Limayem, M. (2003). Virtual community informatics: a  
review and research agenda, *Journal of Information Technology Theory and  
Application (JITTA)*, 5 (1), 47–61.
- Lesser, E. & Storck, J. (2001). Communities of practice and organizational  
performance. *IBM Systems Journal*, 40 (4), 831-41.
- Lesser, E.L., Everest, K. (2001). Using communities of practice to manage  
intellectual capital. *Ivey Business Journal*, 65 (4), 37–42.
- Lim, K.H., Ward, L.M., Benbasat, I. (1997). An empirical study of computer system  
learning: comparison of co-discovery and self-discovery methods.  
*Information Systems Research*, 8 (3), 254–272.
- Loyarte, E., & Rivera, O. (2007). Communities of practice: a model for their  
cultivation. *Journal of Knowledge Management*, 11(3), 67-77.
- Manuti, A., Impedovo, M. A., De Palma, P. D. (2017). Managing social and human  
capital in organizations: Communities of practices as strategic tools for  
individual and organizational development. *Journal of Workplace Learning*,  
29 (3), 217-234.
- Miles, S. J. & Muuka, G. N. (2011). Employee choice of voice: a new workplace  
dynamic. *Journal of Applied Business Research*, 27 (4), 91.
- Millen, D. R., Fontaine, M. A. & Muller, M. J. (2002). Understanding the benefit  
and costs of communities of practice. *Communications of the ACM*, 45(4),  
69-73.
- Moqbel, M., Nevo, S. & Kock, N. (2013). Organizational members' use of social  
networking sites and job performance: An exploratory study. *Information  
Technology & People*, 26 (3), 240-264.
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation.  
*Organization Science*, 5, 14-37.
- Pavlin, S. (2006). Community of practice in a small research institute. *Journal of  
Knowledge Management*, 10 (4), 136-144.
- Pohjola, I. & Iskanius, P. (2014). Communities of Practice as a Strategic Tool for  
Company Performance: A Case Study. In *ECIC2014-Proceedings of the 6th*

- European Conference on Intellectual Capital: ECIC 2014*. Academic Conferences Limited.
- Polany, M. (1957). *The Tacit Dimension*. Anchor Books, Garden City, NY.
- Ridings, C., Gefen, D. & Arinze, B. (2002). Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *Journal of Strategic Information Systems*, (11), 271–295.
- Sandefur, R.L., Laumann, E.O. (1998). A paradigm for social capital. *Rationality and society*, 10 (4), 481–501.
- Schenkel, A. & Teigland, R. (2008). Improved organizational performance through communities of practice. *Journal of Knowledge Management* 12 (1), 106–118.
- Shattell, M. M. (2010). Rethinking Idleness, Productivity, and Time Management: A Call to Do Nothing, More: Edited by. *Issues in mental health nursing*, 31 (5), 368-369.
- Stanoevska-Slabeva, K., & Schmid, B. F. (2001, January). A typology of online communities and community supporting platforms. In System Sciences, 2001. *Proceedings of the 34th Annual Hawaii International Conference on* (pp. 10-pp). IEEE.
- Taghizadeh, J. & Poorabasi, J. (2017). Experts knowledge sharing in social networks through Netnography approach In Telegram. *1st International interactive information retrieval conference*. Kish, University of Tehran. (in Persian)
- Wenger, E. & Snyder, W. (2000). Communities of practice: the organizational frontier. *Harvard Business Review*, 78 (1), 139-146.
- Wenger, E. (1996). How to optimize organizational learning. *Healthc Forum Journal*, 39(4), 22-23.
- Wenger, E. (1998), *Community of Practices: Learning, Meaning and Identity*, Cambridge University, New York, NY.
- Wenger, E. (2011). Communities of practice: A brief introduction. Available in: [https://www.ohr.wisc.edu/cop/articles/communities\\_practice\\_intro\\_wenger.pdf](https://www.ohr.wisc.edu/cop/articles/communities_practice_intro_wenger.pdf).
- Wenger, E., McDermott, R. A., & Snyder, W. (2002). *Cultivating communities of practice: A guide to managing knowledge*. Harvard Business Press.
- West, J. & Lakhani, K.R. (2008). Getting Clear about Communities in Open Innovation. *Industry and Innovation*, 15 (2), 223–231.
- Wojcik, B. W. (2015). Learning from Experience: Understanding Assistive Technology Knowledge and Skills through an Online Community of

Practice. *In Efficacy of Assistive Technology Interventions* (pp. 203-227). Emerald Group Publishing Limited.

Yamklin, S. & Igel, B. (2012). Communities of practice purposefully designed for improving business performance. *Knowledge and Process Management*, 19 (4), 189-202.

Yang, C.L. & Wei, A.T. (2010). Modeling the performance of cop in knowledge management. *Total Quality Management*, 21 (10), 1033-1045.

Yazdani Kashani, Z. (2016). Review on application of social networks in employees virtual training. *Third National conference of training and human capital development*. Tehran, Iranian society for training and development. (in Persian)

Yu, W. D., Chang, P. L., Yao, S. H., & Liu, S. J. (2009). KVM: model for measuring knowledge management performance of engineering community of practice. *Construction Management and Economics*, 27 (8), 733-747.

Zeraatkar, S. (2016). Investigating social networks: advantages and disadvantages. *International conference on information technology, computer and telecommunication*. Torbat heidarieh, Telecommunication company of Khorasan Razavi. (in Persian)