

سرمایه اجتماعی عنصر اساسی سازمان‌های مدرن^۱

دکتر رضا واعظی^۲

سید علیرضا نقوی حسینی^۳

فاطمه قربانی هروی^۴

چکیده

امروزه دانش یکی از دارایی‌های ارزشمند سازمان و منبع اصلی مزیت رقابتی شناخته می‌شود. کسب، انتقال و کاربرد دانش برای سازمان‌ها بسیار حیاتی است. اما آنچه از آن غفلت شده ماهیت اجتماعی بستر مورد نیاز برای این فرایندها است. سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از منابع سازمانی به فراهم کردن چنین بستری کمک می‌کند. در این مقاله دانش در بستر سازمان معرفی و ابعاد و عوامل مدیریت دانش به عنوان استراتژی کسب مزیت رقابتی بیان شده است. همچنین انواع سرمایه اجتماعی و ابعاد اصلی آن و نقشی که در مدیریت دانش ایفا می‌کند تشریح شده است. روابط اجتماعی، دسترسی سازمانها به پایگاه‌های ارزشمند دانش را امکان‌پذیر می‌سازد. سرمایه اجتماعی با تأثیر بر شرایطی که برای جمع‌آوری و مبادله دانش ضروری است، زمینه ایجاد سرمایه ذهنی را فراهم می‌آورد. در پایان به نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد شرایط مناسب بررسی تسهیم و ترویج دانش در سازمان پرداخته شده است.

کلید واژه‌ها

دانش سازمانی، مدیریت دانش، تسهیم دانش، سرمایه اجتماعی، سرمایه ذهنی

۱. تاریخ دریافت ۸۷/۱۰/۱۴؛ تاریخ پذیرش ۸۷/۱۱/۲۳

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی دانشگاه تهران

۴. دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی دانشگاه علامه طباطبایی

طی دهه گذشته، مدیریت دانش^۱ به عنوان وسیله ای برای ایجاد و انتقال دانش در درون سازمان‌ها و همچنین به عنوان ابزاری برای کسب مزیت رقابتی مطرح شده است (شیریف^۲، ۲۰۰۶: ۷۹۵) مرزها و هویت‌های سازمانی در حال تغییر، همچنین رشد سازمانهای مجازی، کارکنان راه دور و گروه‌های پراکنده در نقاط مختلف جهان، مشکل کنترل و نظارت سازمانها را افزایش می‌دهد و سرانجام سازمانها بویژه آنهایی که بزرگترند برای مدیریت دانش بسختی تلاش می‌کنند (هایسمن^۳، ۲۰۰۶: ۴۰).

ناهایپیت و گوشال^۴ سازمان را به عنوان سیستم دانشی در نظر می‌گیرند. این وضعیت ایجاد می‌کند که از دانش برای کسب مزیت رقابتی استفاده شود (شیریف، ۲۰۰۶: ۷۹۵). پیشرفتهای اخیر در فناوری اطلاعات، هزینه های مدیریت داده ها را به میزان قابل توجهی کاهش داده است. این پیشرفتهای مفاهیم سازمان یادگیرنده، سازمان دانشی و مدیریت دانش را وارد ادبیات مدیریت و سازمان کرده است (الوانی، ۱۳۸۶ : ۴۱). شبکه های الکترونیک به طور وسیعی برای تسهیم دانش بین افراد و سازمانها به کار گرفته می شود. با وجود این، بسیاری از مدیران سازمانها دریافته‌اند که فناوری ارتباطات لزوماً تسهیم دانش را تضمین نمی‌کند.

تمایل برای درک IT جدا از محیط اجتماعی آن سبب شده است که ذخیره کردن و انتقال بعد ضمنی دانش بسیار مشکلتر شود. به همین دلایل توجه به افراد انسانی و اجتماعات و شبکه ها و سرمایه های اجتماعی سازمان برای انتقال و اشتراک دانش بسیار ضروری جلوه می‌کند. بسیاری از دانشمندان بیان کرده اند که عامل انسانی، اصلی ترین عنصر مدیریت دانش سازمانی است.

سرمایه اجتماعی از جمله مفاهیمی است که برای اولین بار در جامعه شناسی مطرح شد و به تازگی هم در رشته‌های سازمان و IT راه یافته است. سرمایه اجتماعی نیز همانند دیگر انواع سرمایه ها مثل سرمایه مالی، سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی جزو سرمایه های سازمانی به‌شمار می‌رود. تأثیر سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش، موضوع این مقاله است.

-
1. Knowledge management
 2. Sheriff
 3. Huysman
 4. Nahapiet & Ghoshal

دانش در بستر سازمانی

دانش در قلب اقتصاد جهانی و تغییر از «جنگ اطلاعاتی» به «جنگ دانشی» دیده می‌شود. دانش، روزبه‌روز بیشتر از گذشته جای منابع سنتی مانند زمین، نیروی کار و سرمایه مالی را می‌گیرد و به عنوان منبع کلیدی مزیت رقابتی به‌شمار می‌رود. از نظر برخی، دانش «ایده‌های اقتصادی» یا «سرمایه ذهنی» است (کاکابادس^۱، ۲۰۰۳: ۷۶). در این قسمت ابتدا به تعریف دانش و انواع آن پرداخته می‌شود: داونپورت و پروساک^۲ دانش را این گونه تعریف می‌کنند: دانش، ترکیب سیالی از تجربیات، ارزشها و اطلاعات زمینه ای و بینش تخصصی است که چارچوبی برای ارزیابی و یکپارچه کردن تجربیات و اطلاعات جدید فراهم می‌کند. این چارچوب در ذهن صاحبان دانش ایجاد، و به کار گرفته می‌شود (باکر^۳، ۲۰۰۶: ۵۹۶).

این تعریف از دانش همان چیزی است که لنگ^۴ به آن اشاره می‌کند. به عقیده وی عامل اصلی تولید دانش، انسان است. داده‌ها عناصری خام است و زمانی که سازماندهی می‌شود، به اطلاعات تبدیل می‌گردد. دانش اطلاعات معنی دار است (واعظی و دیگران، ۱۳۸۵: ۱۲). دانش نوعی ساختار آزمایش شده، ارزیابی شده و ماندنی از اطلاعات است که با سیستم زنده به وجود می‌آید تا برای حل مسائل به خود کمک، و توانایی انطباق پذیری را ایجاد کند (مک‌الروی^۵، ۲۰۰۶: ۱۲۹).

درارتباط با نظریه سرمایه اجتماعی دو نوع دانش در دستگاه‌های انسانی و سازمانی شناسایی شده است: (مک‌الروی، ۲۰۰۶: ۱۲۹)

۱- دانش ذهنی یا دانش در ذهن افراد مثل اعتقادات

۲- دانش عینی یا قابل اشتراک یا دانش بیان شده در فرمهای زبانشناسانه مثل کتاب

حال به یک دسته بندی مهم دیگر اشاره می‌شود: دانش سازمانی شامل دانش ضمنی و دانش صریح است. دانش صریح سازمانی دانشی است سازمان یافته و با محتوایی ثابت که می‌تواند از طریق به کارگیری فناوری اطلاعات و کدگذاری تدوین و نشر داده شود. این دانش اصطلاحاً در قسمت فوقانی و

1. Kakabadse
2. Davenport & Prusak
3. Bakker
4. Lang
5 McElroy

قابل رویت کوه یخ منابع دانش سازمان جای دارد. دانش ضمنی در نقطه مقابل دانش صریح قرار دارد. این دانش شخصی، شناختی و وابسته به متن، و جایگاه آن در ذهن، رفتار و ادراک افراد است. این دانش سطح زیرین کوه یخ منابع دانش سازمانی را شکل می دهد (الوانی، ۱۳۸۶: ۴۳). دانش ضمنی در فرایند نوآوری نقش بسیار زیادی دارد. پیچیدگی، منحصر به فرد بودن و ابهام در تولید دانش ضمنی تقلید آن را مشکلتر می سازد. یادگیری تعاملی برای تسهیل انتقال دانش ضمنی ضروری است. یادگیری تعاملی فرایندی اجتماعی است که با یادگیری دوحلقه ای توصیف می شود. این شیوه شامل روش آزمون و خطا است که در آن مشارکت کنندگان می توانند رفتار یادگیری را تغییر دهند و تعدیل کنند. تعامل به این اشاره دارد که مشارکت کنندگان باید در فرایند یادگیری فعالانه از یکدیگر حمایت کنند و به گونه ای مستمر و مکرر در ارتباط با یکدیگر باشند. هرچه یادگیری پیچیده تر و مبهم تر باشد، یادگیرندگان برای مبادله موفقیت آمیز باید تعامل بیشتری داشته باشند (مو^۱، ۲۰۰۸: ۸۸).

مفاهیم، ابعاد و عوامل مدیریت دانش

مدیریت دانش به عنوان یک استراتژی مطرح است که سازمان را قادر به آفریدن و انتقال دانش برای کسب مزیت رقابتی می کند (شیریف، ۲۰۰۶: ۷۹۵). اولین تلاشها در مدیریت دانش مثل کسب و ذخیره و اصلاح دانش با خط میخی در حدود ۳۰۰۰ سال پیش از میلاد مسیح آغاز شد. پیترو دراکر در سال ۱۹۹۵ واژه «کارکنان دانشی»^۲ را ابداع، و بعدها بیان کرد که از این پس در «جامعه دانشی» سرمایه مالی، منابع طبیعی و یا نیروی کار منبع اصلی اقتصاد خواهد بود بلکه دانش جای آنها را خواهد گرفت. توانایی استفاده از ظرفیتهای ذهنی و ایجاد راه حلها برای نیازهای انسانی، نقش اصلی را در اقتصاد جهانی خواهد داشت (کاکابادس، ۲۰۰۳: ۷۶). اگر چه نیاز به اداره کردن دانش همواره وجود داشته است، اخیرا نام مدیریت دانش (KM) متخصصان و استادان رشته های سازمان و IT را جذب کرده است. عمومیت یافتن این مفهوم نه تنها در نتیجه آگاهی از ارزش کار دانشی و امکانات فزاینده IT است بلکه هم چنین به دلیل افزایش پیچیدگی کار و سرعت تغییرات است. (هایسمن، ۲۰۰۶: ۴۰) اداره

1. Mu

2. Knowledge workers

کردن دانش، کلید موفقیت سازمان است. در محیط رقابتی امروز مزیت سازمانی کمتر ناشی از فناوریهای برتر، کارایی و یا دیگر فعالیتهای مرتبط با زنجیره ارزش است. مزیت سازمانی از دانشی ناشی می شود که سازمان از طریق فعالیتهایش به دست می آورد (اناند^۱، ۲۰۰۲: ۸۷).

بها^۲، مدیریت دانش را فرایندی شامل پنج فعالیت کسب، ثبت، انتقال، خلق و کاربرد دانش توسط افراد در سازمان می داند. کسب دانش، شامل مجموعه فعالیتهایی است که به منظور کسب دانش جدید از خارج از سازمان صورت می گیرد. ثبت و مستندسازی دانش، شامل مجموعه فعالیتهایی است که به منظور ثبت دانش سازمان صورت می گیرد. انتقال دانش، شامل مجموعه فعالیتهایی است که به منظور تبادل دانش میان اعضای سازمان صورت می گیرد. آفریدن دانش، شامل مجموعه فعالیتهایی است که از طریق آن، دانش جدید در سازمان خلق و تولید می شود و کاربرد دانش، شامل فعالیتهایی است که نشاندهنده به کارگیری دانش است. باکوویتز و ویلیامز^۳، مدیریت دانش را فرایندی تعریف می کنند که از طریق آن سازمان با استفاده از داراییهای فکری و مبتنی بر دانش خود به تولید ارزش و ثروت می پردازد (الوانی، ۱۳۸۶: ۴۳-۴۴).

مدیریت دانش، دانش و انسجام آن را به عنوان یک منبع حیاتی در سازمان در نظر می گیرد که نتیجه آن دستیابی به موفقیت در بازار است. شیوه های فنی مدیریت دانش بر فراهم کردن یک واسطه برای ذخیره، بازیابی و مبادله دانش متمرکز شده است (شیریف، ۲۰۰۶: ۷۹۵).

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی، عنصر نوظهوری در مجموعه عناصر اقتصادی شناخته شده ای است که سرمایه های سازمانی، مثل سرمایه های فیزیکی، مالی و انسانی را تشکیل می دهد. در حالی که سرمایه انسانی به توانایی فردی می کند، سرمایه اجتماعی اشاره به توانایی جمعی ناشی از شبکه های اجتماعی اشاره دارد. انواع سنتی سرمایه فقط تا حدی فرایند رشد اقتصادی را نشان می دهد ولی شیوه های را که در آن

1. Anand

2. Bhot

3. Bukowitz and Williams

عاملان اقتصادی با یکدیگر تعامل دارند و خود را برای ایجاد رشد و توسعه سازمان دهی می‌کنند، نادیده می‌گیرند (بروکس^۱، ۲۰۰۶: ۴۷۶).

تعاریف مختلفی توسط دانشمندان مختلف ارائه شده که برخی از این تعاریف به این شرح است:
ناهیپیت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را این گونه تعریف می‌کنند: سرمایه اجتماعی، مجموع منافع واقعی و بالقوه، قابل دسترسی و حاصل شده از شبکه روابط یک واحد اجتماعی است. بنابراین سرمایه اجتماعی شامل شبکه‌ها و هم‌چنین منابعی می‌شود که در این شبکه‌ها جریان دارد (ناهیپیت و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۴۳). نکته اصلی در این تعریف شبکه روابط است که منبعی ارزشمند برای فرد یا سازمان است.

مک لروی و ون انگلن^۲ (۲۰۰۶) سرمایه اجتماعی را شامل منابع سازمانی و دانش می‌دانند که توان فعالیت‌های فردی و جمعی در سیستم‌های اجتماعی انسانی را افزایش می‌دهد (مک لروی، ۲۰۰۶: ۱۲۵). بوردیو^۳ سرمایه اجتماعی را مجموعه منابع بالقوه یا لقمی می‌داند که در نتیجه یک شبکه با دوام از روابط نهادی شده متقابل به وجود می‌آید. کلمن بارت^۴ و دیگران بر روی اینکه سرمایه اجتماعی نشاندهنده توانایی بازیگران برای تأمین منافع از طریق عضویت در شبکه‌های اجتماعی و یا دیگر ساختارهای اجتماعی است، اتفاق نظر دارند (بوردیو، ۲۰۰۵: ۱۵۰). پورتز^۵ سرمایه اجتماعی را «توانایی بازیگران براب حفظ مزایا توسط اعضای بالقوه در شبکه‌های اجتماعی» تعریف می‌کند (مو، ۲۰۰۸: ۸۸).

سرمایه اجتماعی نوعاً به عنوان «منابع متمرکز در هر ساختار اجتماعی تعریف شده که در فعالیت هدفمند موجود است و یا جریان دارد». در سالهای اخیر، مفهوم سرمایه اجتماعی برای توضیح انواع رفتارهای اجتماعی شامل فعالیت‌های جمعی، مشارکت اجتماعی و موفقیت‌های اجتماعی متفاوت پیشنهاد شده است که مفهوم سرمایه مبتنی بر فرد (مانند سرمایه انسانی یا سرمایه مالی) قادر به توضیح آن نیست. تفاوت اساسی میان سرمایه اجتماعی و سایر شکل‌های سرمایه این است که سرمایه اجتماعی در ناحیه اجتماعی در روابط بین افراد و ارتباط فرد با جامعه جای گرفته است در حالی که سایر شکل‌های

-
1. Brooks
 2. McElroy & Van Engelen
 3. Bourdieu
 4. Colmen & Burt
 5. Portes

سرمایه بر اساس دارایی یا اشخاص است (واسکو، ۲۰۰۵: ۳۸). آنچه معمولاً در ادبیات سرمایه اجتماعی مورد غفلت قرار می‌گیرد این است که سرمایه اجتماعی صرفاً به معنای روابط و پیوند با افراد دیگر نیست. اشتباه این است که سرمایه اجتماعی با روابط یکی پنداشته شود. داشتن رابطه با افراد دیگر احتمال ایجاد سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهد اما زمانی روابط همان سرمایه اجتماعی است که سبب آسان‌سازی دسترسی به منابع شود. بنابراین وجود روابط لازم است ولی کافی نیست (راتمیر و هتمیکر^۱، ۲۰۰۸: ۶).

آدلر و وون^۲ اهمیت سرمایه اجتماعی را از دو دیدگاه بررسی قرار کرده‌اند: یکی منافع فردی سرمایه اجتماعی، مثل پیشرفت در مسیر شغلی که بازیگران مستقیماً از سرمایه اجتماعی‌شان به دست می‌آورند. طرفداران این رویکرد سرمایه اجتماعی را همچون یک کالای خصوصی که در اختیار افراد است در نظر می‌گیرند. دیگری منافع جمعی سرمایه اجتماعی است. در واقع سرمایه اجتماعی، ویژگی هر واحد اجتماعی به جای ویژگی فرد است (آدلر و وون، ۲۰۰۲: ۱۹-۲۱). سرمایه اجتماعی هم یک منبع و هم ارزش به‌شمار می‌رود (اسمدلاند^۳، ۲۰۰۸: ۶۵).

انواع سرمایه اجتماعی

دو نوع سرمایه اجتماعی را می‌توان از یکدیگر جدا کرد:

- سرمایه اجتماعی فردی که از شبکه روابط فردی شخص ناشی است.
- سرمایه اجتماعی سازمانی که از شبکه روابط سازمان ناشی است و به قول واین بیکر^۴، سرمایه اجتماعی حاضر و آماده است (اینک پن^۵، ۲۰۰۵: ۱۵۱).

سرمایه اجتماعی سازمانی به دانش و اطلاعاتی اشاره دارد که سازمانها با استفاده از کارکنان خودشان و روابط رسمی و غیر رسمی با خارج از سازمان به دست می‌آورند مانند مشتریان، شرکای سازمانی، کارکنان سازمانهای دیگر که با آنها ارتباط دارند و ... (آناند، ۲۰۰۲: ۸۸).

1. Rethemeyer and Hatmaker
2. Adler & Kwon
3. Smedlund
4. Baker
5. Inkpen

سرمایه اجتماعی سازمانی به عنوان منبع منعکس کننده ویژگی متمایز روابط اجتماعی در سازمان تعریف شده است که از طریق اهداف جمعی و اعتماد مشترک تحقق می یابد. لینا و ون برن^۱ بیان می کنند که سرمایه اجتماعی سازمانی، منافی را هم برای سازمان و هم اعضای آن به دنبال دارد. از نظر آنها سرمایه اجتماعی سازمانی به عنوان کالای عمومی در نظر گرفته می شود در صورتی که سرمایه اجتماعی فردی کالای خصوصی است که افراد مخصوصاً در پیشرفت مسیر شغلی خود از آن بهره می برند (لینا^۲، ۱۹۹۹: ۵۳۸).

در اوایل ظهور مفهوم سرمایه اجتماعی اهمیت این پدیده در سطح فردی مورد توجه بود. اما پژوهشگران به طور فزاینده ای به اهمیت سرمایه اجتماعی در سطح سازمانی، ناحیه ای و ملی توجه کرده اند (ناهایت، گوشال^۳، ۱۹۹۸: ۲۴۳). رتمیر و هاتمیکر^۴ در مقاله خود پویاییهای بین سرمایه اجتماعی فردی و سازمانی را مورد بررسی قرار داده اند. آنها نشان می دهند که چگونه سرمایه اجتماعی فردی به سرمایه اجتماعی سازمانی کمک می کند. طبق گفته آن ها هر فرد قبل از ورود به سازمان، سطوح متفاوتی از سرمایه اجتماعی فردی و حرفه ای را به همراه دارد که با ورود به سازمان این سرمایه را به همراه خود به سازمان می آورد. هرچند این نوع سرمایه اجتماعی برای سازمان حیاتی نیست، می تواند دسترسی سازمان به منابع بیرون از مرزهای آن را آسان سازد و مفید واقع شود (آتمیر و هتمیکتر، ۲۰۰۸: ۲).

ابعاد سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی ابعاد گوناگونی دارد که توسط دانشمندان رشته های مختلف علمی شناسایی شده است ولی در مورد بحث مورد نظر ما، یعنی رابطه سرمایه اجتماعی با مدیریت دانش، اجماع کلی بر سه بعد اصلی سرمایه اجتماعی وجود دارد که توسط نهایت و گوشال شناسایی شده است، هر یک از سه بعد نیز خود به عوامل دیگری تقسیم می شود که عبارت است از (اینک پن، ۲۰۰۵: ۱۵)

-
1. Leana & Van Burn
 2. Leana
 3. Nahapiet, Ghoshal
 4. Rethemeyer & Hatmaker

۱. بعد ساختاری سرمایه اجتماعی: بعد ساختاری سرمایه اجتماعی شامل الگو های روابط بازیگران شبکه است. این بعد به کانالهایی اشاره دارد که افراد را به یکدیگر مرتبط می کند و می تواند از نظر تراکم و شدت ارتباطات و همچنین کمیت و تعداد ارتباطات مورد تحلیل قرار گیرد.

۲. بعد شناختی سرمایه اجتماعی: این بعد نشاندهنده منابعی است که معانی و مفاهیم مشترک بین اعضای شبکه ایجاد می کند. از طریق تعامل اعضا چارچوب جمعی ایجاد می شود که فراهم کننده زبان مشترک برای ارتباطات است.

۳. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی: بعد ارتباطی بر نقش ارتباطات مستقیم بین بازیگران و نتایج آنها اشاره دارد. ولی شاید در بین تمام عوامل ابعاد سرمایه اجتماعی در بیشتر مقالات و نوشته ها بر اهمیت اعتماد بیشتر تأکید شده باشد. اعتماد مهمترین جزء سرمایه اجتماعی است و زیر بنای آن را تشکیل می دهد. البته هر کدام از این ابعاد نیز خود عواملی دارد که در ادامه بحث به آنها اشاره خواهد شد.

حال به تعریف سرمایه اجتماعی از دیدگاه سه بعد ساختاری، ارتباطی و شناختی پرداخته می شود: سرمایه اجتماعی حالت اجتماعی شناختی بین اعضای گروه است مانند پیوندهای اجتماعی با سایر اعضا (بعد ساختاری)، کیفیت روابط یا اعتماد به دیگر اعضا (بعد ارتباطی) و میزان سازگاری سازوکارهای منطقی و زبانی در رویدادهای خارجی بین افراد (بعد شناختی) (تسای، ۲۰۰۵: ۲۲۳).

آدلر و وون در مقاله خود یک چهارچوب سه بعدی را معرفی نمودند و آنها را در دسته بندی فرصتها، تواناییها و انگیزش مورد استفاده قرار دادند. هر دو بعد توانایی و شناخت به تحلیل اینکه چه کسی دانش را تسهیم می کند و چگونه این کار را انجام می دهد، اشاره دارد. هر دو بعد شناختی و توانایی مرتبط که چه چیزی تسهیم می شود. بعد "توانایی شناختی" به این دلالت دارد. که دیگران هنگام ارتباط برقرار کردن به چه چیزی اشاره می کنند. ابعاد انگیزه ای و ارتباطی به اینکه چرا و چه زمانی افراد دانش را به اشتراک می گذارند، اشاره دارد. ترکیب این دو بعد، بعد "انگیزه ارتباطی" را به وجود می آورد (هایسمن، ۲۰۰۶: ۴۴-۴۵).

نقش سرمایه اجتماعی در مدیریت دانش

روابط اجتماعی دسترسی شرکتها به پایگاه های ارزشمند دانش را امکانپذیر می کند. سرمایه اجتماعی با تأثیر بر شرایطی که برای جمع آوری و مبادله دانش ضروری است، زمینه ایجاد سرمایه ذهنی را فراهم می سازد (گوشال، ۱۹۹۸ و مو، ۲۰۰۸). کسب و کاربرد دانش، فرایندی اجتماعی است و سرمایه اجتماعی به چند دلیل نقش مهمی در کسب دانش ایفا می کند: اول اینکه سرمایه اجتماعی بر هویت و بر روابط مبتنی است. عوامل محسوس و نامحسوس زیادی هست که مانع فعالیت های ایجاد ارزش مشترک بین سازمان های مختلف می شود و یکی از موانع هویت اجتماعی است که بر تعاملات اجتماعی مبتنی است و تعیین می کند که چه کسی به یک گروه اجتماعی و چه کسی به آن وابسته نیست. تعاملات اجتماعی بین گروه های مختلف می تواند حس هویت اجتماعی قوی را توسعه دهد که سبب دسترسی سازمان به دانش سازمان های دیگر می شود. زبان و قوانین ارتباطات در فرایند های اجتماعی به همگرایی تمایل دارد و مبادله حجم زیادی از دانش ضمنی را شتاب می دهد که درک و همکاری دو طرفه را افزایش، و هزینه مبادله دانش را کاهش می دهد. این ویژگی سبب بهبود کارایی و اثر بخشی تسهیم دانش می شود. دوم اینکه رشد شرکت وابسته به ترکیب خلاقانه و موفقیت آمیز دانش درونی شرکت و سایر منابعی است که از بیرون مرزهای شرکت به دست آمده است. روابط ناشی از سرمایه اجتماعی نمی تواند به تنهایی به عنوان وسیله ای برای کسب ظرفیتهای مکمل ذی نفعان شناخته شود اما می تواند برای کسب و تثبیت مهارتها و تخصصهای ذی نفعان عمل کند. سوم سرمایه اجتماعی از خلق جمعی اندیشه های جدید پشتیبانی می کند. خلق و تسهیم دانش تنها می تواند از طریق ترغیب و برانگیختن به دست آید نه از طریق اجبار و نظارت مستقیم. هایک^۱ می گوید که دانش و اطلاعات نمی تواند بدون همکاری و تمایل صاحب دانش به کار گرفته شود. این بدان معنی است که اعتماد، شرط ضروری برای روابطی است که به انتقال دانش می انجامد. به طور کلی هرچه اعتماد بین ذی نفعان بیشتر باشد، انتقال دانش و فناوری بهتر صورت می پذیرد. سرمایه اجتماعی اساس اعتماد را فراهم می کند که می تواند به میزان زیادی هزینه مبادله تسهیم دانش را کاهش دهد و تمایل ذی

1. Hayek

نفعان را برای تسهیم دانش تقویت، و در نهایت سازمانهای شبکه ای را به فعالیتهای فردی و جمعی ترغیب کند تا بتوانند ترجیحات و علایقشان را واقعیت بخشند (مو، ۲۰۰۸: ۸۸).

سه نوع متفاوت از سرمایه اجتماعی برای استفاده از شایستگیها در اقتصاد مبتنی بر دانش وجود دارد:

اول: سرمایه اجتماعی برای استفاده از شایستگیهای مربوط به دانش بالقوه (برای ایجاد دانش)

دوم: سرمایه اجتماعی برای استفاده از شایستگیهای مربوط به دانش ضمنی (برای انتقال دانش)

سرانجام، نوع معینی از سرمایه اجتماعی برای استفاده از شایستگیهای مربوط به دانش مدون (برای کاربرد دانش) (اسمیدلند، ۲۰۰۸: ۶۴). ما می توانیم پیامدهای سرمایه اجتماعی را به دو دسته تقسیم کنیم: اولاً سرمایه اجتماعی کارایی فعالیت ها را افزایش می دهد؛ مثلاً شبکه های روابط اجتماعی کارایی نشر اطلاعات را از طریق حداقل کردن دوباره کاریها افزایش می دهد. برخی پیشنهاد کرده اند که سرمایه اجتماعی به صورت سطوح بالای اعتماد، احتمال فرصت طلبی و نیاز به فرایند های نظارتی هزینه بر را کاهش می دهد و به جایگزینی برای قراردادهای رسمی و سازوکار های نظارتی و تشویقی تبدیل می شود که در سیستمی با سرمایه اجتماعی کم یا بدون سرمایه اجتماعی میان اعضای سازمانی ضروری است. ثانیاً سرمایه اجتماعی همکاری را تشویق می کند و بدین وسیله توسعه شیوه های جدید همکاری و سازمان نوآور را آسان می سازد (ناهاپیت^۱ و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۴۵).

سرمایه اجتماعی در توسعه شایستگیهای اصلی نقش مهمی دارد، که برای خلق دانش، حیاتی است. حضور سرمایه اجتماعی هم چنین می تواند کسب دانش، تدوین دانش و انتقال آن را تقویت کند. سرمایه اجتماعی این فرایند های مدیریت دانش را تقویت می کند؛ زیرا از طریق آسان سازی جمع آوری و مبادله منابع در شرکت، توانایی آن را برای ایجاد ارزش افزایش می دهد. سرمایه اجتماعی هم چنین کارایی عملیات را افزایش می دهد و رفتار مشارکتی را تشویق می کند. در مجموع، پژوهشهای نظری نشان می دهد که سرمایه اجتماعی به عنوان یک عنصر مهم در توسعه سرمایه انسانی عمل می کند و دسترسی به منابع را از طریق شبکه روابط امکانپذیر می سازد. این عقیده، که سرمایه اجتماعی تعیین کننده ظرفیت سازمان برای مدیریت دانش است برای مدیران سازمانهایی که سعی می کنند توانایی

1. Nahapiet

خود را برای اداره کردن دانش افزایش دهند، کاربرد عملی دارد. سازمانها با سطوح بالای سرمایه اجتماعی نسبت به سازمانهای با سطوح پایین سرمایه اجتماعی توان مدیریت دانش بیشتری دارند. سرمایه اجتماعی می‌تواند اثربخشی مدیریت دانش را افزایش دهد (هافمن^۱، ۲۰۰۵: ۹۸).

سرمایه اجتماعی نه تنها می‌تواند برای بهره‌برداری بهتر از دانش درون سازمان و انتقال و تسهیم دانش بین اعضای درون سازمان مورد استفاده قرار گیرد بلکه حتی می‌تواند سبب تسهیل بهره‌برداری از دانشی شود که بیرون از سازمان قرار دارد. بیشتر دانش سازمانها درون مرزهای رسمی آن قرار گرفته است با وجود این سازمانها اغلب از دانشی بهره‌برداری می‌کنند. این که در مرزهای رسمی آنها قرار ندارد. دانش خارجی می‌تواند شکلهای متفاوتی داشته باشد. شیوه‌های استفاده از سرمایه اجتماعی (برای تسهیل بهره‌برداری از دانش بیرونی) می‌تواند براساس ماهیت دانش (صریح یا ضمنی) و حجم آن، طبقه بندی شود: ۱- حجم کمی از دانش صریح اغلب برای حل مسائل نسبتاً ساختار یافته مناسب است. چنین دانشی می‌تواند از طریق استفاده از شبکه‌های کارکنان یعنی ارتباط و پیوندهای آنان با افراد صاحب دانشی به دست آید که در شرکتهای دیگر کار می‌کنند، این شیوه بویژه زمانی اتفاق می‌افتد که افراد بیشتر خودشان را با حرفه‌شان شناسایی کنند تا با سازمانشان. ۲- به دست آوردن حجم کمی از دانش ضمنی نوعاً به درگیری مستقیم متخصصان در تعاملات شدید نیاز دارد؛ مثلاً قرار دادن مشاوران یا کارکنان دیگر شرکتها در واحدی از سازمان که به دانش نیاز دارد. ۳- حجم زیاد دانش صریح اغلب برای تصمیمات نسبتاً ساختار یافته مورد نیاز است. در این تصمیمات روابط علت-معلول قابل فهم است. برای انتقال چنین دانشی شیوه‌های الکترونیک مبادله اطلاعات سودمند است. ۴- وارد شدن به بازارهای مرتبط، تغییر مبنای رقابت و دیگر تغییرات اساسی در حوزه‌هایی را به همراه دارد که برای شرکت نسبتاً ناآشناست. وقتی سازمانها به حجم زیادی از دانش ضمنی خارجی نیاز دارند، باید ساختارها و فرایندهایی ایجاد کنند که اجازه انتقال دانش به نقاط مختلف در سازمان را بدهد. آنها می‌توانند این کار را از طریق ترتیبات همکاری مثل اتحادیه‌های استراتژیک انجام دهند. به دلیل اهمیت فزاینده دانش و منابع مرتبط با آن سازمانهایی که بتوانند به طور اثر بخش از سرمایه اجتماعی خود بهره

1. Hoffman

برداری کنند، می توانند نسبت به رقیبان خود، مزیت قابل ملاحظه‌ای به دست آورند(آناند، ۲۰۰۲: ۸۹) تأکید بر سرمایه اجتماعی به عنوان عنصر کلیدی تسهیم دانش نه تنها خطای یادگیری فردی بلکه هم‌چنین خطاهای فنی و مدیریتی را نیز کاهش می دهد. افراد هر مجموعه وقتی از IT استفاده بیشتری خواهند کرد که اولاً برای تسهیم دانش با دیگران برانگیخته شوند، ثانياً قادر به تسهیم دانش باشند (هایسمن، ۲۰۰۶: ۴۳-۴۱).

نقش سرمایه اجتماعی در توسعه سرمایه ذهنی

سرمایه ذهنی سازمان، نشاندهنده ظرفیت کلی آن برای رویارویی با چالشها و بهره برداری کردن از فرصتها در فرایند ایجاد ارزش مداوم است (راستوگی^۱، ۲۰۰۶: ۲۳۱). ناهاپیت و گوشال(۱۹۹۸) در مقاله تأثیرگذار خود بیان می کنند که روابط اجتماعی (و سرمایه اجتماعی) بر توسعه سرمایه ذهنی تأثیر مهمی دارد. آنها سرمایه ذهنی را معادل با دانش و توانایی دانشی هر گروه اجتماعی مانند سازمان معرفی می کنند. بنابراین سرمایه ذهنی هر منبع و توانایی ارزشمندی برای اقدام بر اساس دانش و دانایی است. تعریف آنها از سرمایه ذهنی بازتابدهنده رویکرد جمعی به دانش یا دانش جمعی، اجتماعی و سازمانی است که متفاوت از دانش تک تک اعضای سازمان است(ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۴۵). راستوگی نیز دانش و سرمایه ذهنی را با هم مترادف به کار می برد و بیان می کند دانش و سرمایه ذهنی می تواند منشأ ایجاد ارزش برای سازمان باشد(راستوگی، ۲۰۰۲: ۲۳۱) سابرامانیام و یاوندت^۲ نیز سرمایه ذهنی را منشأآوری در سازمان معرفی می کنند. آنها سه بعد را برای سرمایه ذهنی معرفی کرده‌اند: ۱- سرمایه اجتماعی ۲- سرمایه انسانی^۳ - سرمایه سازمانی (منظور از سرمایه سازمانی دانش نهادینه شده در سیستم ها، ساختارها و فرایندهای سازمان است) (سابرامانیام، ۲۰۰۵: ۴۵۱).

ناهاپیت و گوشال هم چنین بیان کردند که خلق دانش (سرمایه ذهنی) از طریق فرایند های ترکیب^۴ و مبادله^۴ انجام می شود. آنها چهار شرط را برای مبادله و ترکیب بیان می کنند: شرط اول دسترسی به گروه هایی است که دانش اجتماعی را در اختیار دارند. شرط دوم پیش بینی (انتظار) وجود ارزش در

1. Rastogi
2. Subramaniam & Youndt
3. combination
4. exchange

فرایندهای ترکیب و مبادله سرمایه ذهنی است؛ یعنی افراد این انتظار را داشته باشند که از طریق مشغول شدن به این فعالیتها (ترکیب و مبادله) بتوانند ایجاد ارزش کنند. شرط سوم وجود/نگیزش است؛ یعنی افرادی که به فعالیتهای ترکیب و مبادله دانش مشغول می‌شوند، احساس کنند که محرکهای کافی برای فعالیت‌هایشان هست. شرط چهارم توانایی ترکیب است. حتی اگر فرصت برای مبادله و ترکیب دانش باشد و گروه‌ها برای ایجاد چنین دانشی برانگیخته شوند، توانایی برای ترکیب اطلاعات یا تجربیات ضروری است و باید باشد. برای ایجاد سرمایه‌های ذهنی این شرایط ضروری است. آنها نشان دادند که هر یک از سه بعد سرمایه اجتماعی، چگونه چهار شرط لازم برای ترکیب و مبادله دانش را فراهم، و از این طریق به ایجاد دانش جدید کمک می‌کند (نمودار ۱) (ناهاییت و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۴۷-۲۵۴).

بعد ساختاری: بعد ساختاری سرمایه اجتماعی خود از عامل تشکیل می‌شود: پیوندهای شبکه، ساختار شبکه و ثبات شبکه. پیوندهای شبکه باعث دسترسی به منابع اطلاعاتی می‌شود و زمان و هزینه مورد نیاز برای جمع‌آوری اطلاعات را کاهش می‌دهد. پیوندهای شبکه دو شرط دسترسی و پیش‌بینی را آسان می‌سازد. ساختار شبکه از طریق انعطاف‌پذیری و آسان‌سازی، مبادله اطلاعات دسترسی به اعضای شبکه را افزایش می‌دهد. پس از این طریق بر شرط اول، یعنی دسترسی به منابع اطلاعاتی، تأثیر می‌گذارد. ثبات شبکه: هرچه ثبات شبکه بیشتر باشد، شبکه بالقوه‌ای ایجاد می‌شود که می‌تواند دسترسی به افراد و منابع اطلاعاتی و دانشی آنها را افزایش دهد.

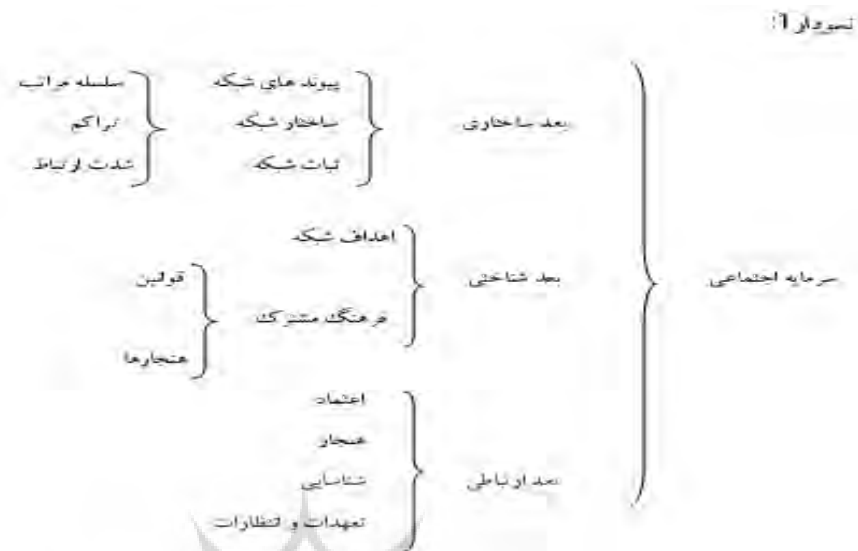
بعد شناختی: دو عنصر زبان مشترک و نقل‌های مشترک، دو جنبه سرمایه شناختی است که ایجاد سرمایه فکری را بویژه از طریق تأثیر بر توانایی ترکیب آسان می‌سازد. زبان مشترک: زبان مشترک از سه طریق بر ایجاد سرمایه ذهنی تأثیر می‌گذارد: اول زبان مشترک ابزاری است که به وسیله آن افراد درباره اطلاعات بحث، و اطلاعات را مبادله، و یا سؤال می‌کنند و بدین ترتیب دسترسی به افراد و منابع اطلاعاتی آنها را آسان می‌سازد. دوم زبان مشترک دستگاه ادراکی مشترکی را برای ارزیابی مزایای احتمالی مبادله و ترکیب فراهم، و به پیش‌بینی ارزش آن دو فرایند کمک می‌کند. سوم دانش از طریق توسعه شکل‌های جدیدی از مفاهیم و نقل‌ها گسترش می‌یابد. برای این منظور گروه‌های مختلف باید

اشتراکاتی در دانش داشته باشند. بنابراین زبان مشترک، توانایی ترکیب را افزایش می دهد. نقلهای مشترک: پژوهشگران دریافتند که افسانه ها، داستانها و استعاره ها نیز ابزاری قوی برای خلق، مبادله و ذخیره مفاهیم غنی فراهم می کند. بنابراین نقلهای مشترک، ایجاد و انتقال تفسیر جدید رویدادها را امکان پذیر می سازد به شیوه ای که امکان ترکیب شکلهای جدید دانش را، که عمدتاً ضمنی است، فراهم می کند و توانایی ترکیب را افزایش می دهد.

بعد ارتباطی: تحقیقات نشان می دهد که بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی (که شامل عوامل اعتماد، هنجار، شناسایی و تعهدات می شود) بر سه شرط مبادله و ترکیب تأثیر می گذارد. این سه شرط عبارت است از دسترسی به گروه ها برای مبادله، پیش بینی ارزش مبادله و ترکیب و انگیزش گروه ها برای ایجاد دانش. اعتماد: زمانی که روابط با اعتماد زیاد همراه باشد، افراد تمایل و انگیزه بیشتری برای تعاملات همکاری دارند (انگیزش). اعتماد، ذهن ما را نسبت به همه شرایط باز نگه می دارد و بدین وسیله به ارتباطات و گفتگوها ایمنی می بخشد و بدین طریق است که اعتماد، هم دسترسی به افراد را برای مبادله سرمایه ذهنی فراهم می کند و هم پیش بینی ارزش چنین مبادله ای را امکان پذیر می سازد. هنجار: برخی دانشمندان هنجارهای مهم را برای ایجاد سرمایه ذهنی برشمرده اند: هنجار گشودگی و کار گروهی، ارزش دادن به تنوع و پاسخگویی به آن، پذیرش انتقاد و تحمل شکست. این هنجارها تسلط رأی فردی بر گروهی^۱ را کاهش می دهد؛ دسترسی به دیگر گروه ها برای مبادله دانش را امکان پذیر می سازد و انگیزه لازم را برای چنین مبادلاتی را فراهم می کند. تعهد و انتظارات: تعهدات نشاندهنده وظیفه و التزام به عهده گرفتن فعالیتهایی در آینده است. تعهدات و انتظارات احتمالاً بر دسترسی به گروه های دیگر برای مبادله و ترکیب دانش و انگیزه برای ترکیب و مبادله تأثیر می گذارد. شناسایی: شناسایی فرایندی است که در آن افراد، خود را به فرد یا گروهی از افراد می شناسانند. شناسایی به یک گروه یا جمع توجه به فرایندها و نتایج جمعی را افزایش می دهد؛ پس برای مبادله فرصت ایجاد می کنند. بنابراین شناسایی، هم بر پیش بینی ارزشی که از طریق ترکیب و مبادله حاصل می شود و هم بر انگیزه ترکیب و مبادله تأثیر می گذارد.

1. group think

بدین ترتیب ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی از طریق فراهم کردن شرایط مورد نیاز برای مبادله و ترکیب سرمایه ذهنی، اجازه تولید سرمایه ذهنی جدید را می دهد.



نمودار شماره (۱): ابعاد سرمایه اجتماعی (ناهایپیت و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۵۴)

سرمایه ساختاری و تأثیر آن بر مدیریت دانش

بعد ساختاری به داراییهای سیستم اجتماعی و شبکه روابط به عنوان یک کل توجه می کند. این واژه ساختار روابط غیر فردی میان افراد یا واحدها را توصیف می کند (ناهایپیت و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۴۴). سرمایه ساختاری برای بررسی فعالیت فرد در جمع، مانند تسهیم دانش، مناسب است. افرادی که در مرکز جمع قرار دارند با سایر اعضا ارتباط مستقیم بیشتری دارند و احتمال بیشتری دارد که با دیگران همکاری داشته باشند. همچنین این افراد نسبت به دیگران احتمال بیشتری دارد که هنجارها و انتظارات گروه را بپذیرند و با آنها سازگاری پیدا کنند (واسکو، ۲۰۰۵: ۴۱). در مرکز بودن و ارتقای اعتبار فردی ممکن است کیفیت بالقوه پاسخها را به اعضای مبتدی افزایش، و دانش بیشتری را در دسترس تمام اعضای شبکه قرار دهد (همان: ۵۲).

سرمایه شناختی و تأثیر آن بر مدیریت دانش

ابعاد شناختی سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های الکترونیک توزیع و تسهیم دانش تاثیر بسیاری می گذارد؛ مثلا مشکل پر کردن شکاف بین متخصص و نو آموز و یا مشکل بیان دانش ضمنی (که توضیح آن دشوار است) می تواند مانع مهم شناختی قلمداد شود. بنابراین بعد ضمنی دانش به دسترسی به شبکه های اجتماعی برای انتقال آن نیاز دارد (هایسمن، ۲۰۰۶: ۴۷).

حتی اگر فردی انگیزه لازم برای تسهیم دانش با دیگران را در شبکه ای داشته باشد، بدون سرمایه شناختی احتمال دارد تسهیم دانش صورت نگیرد. زبان وسیله ای است که از طریق آن افراد در ارتباطات وارد می شود و چارچوب مرجعی برای تفسیر محیط فراهم می کنند (واسکو، ۲۰۰۵: ۴۱). کوهن و پروساک بیان می کنند که ارزشها و اهداف مشترک، اعضای شبکه ها و جوامع انسانی را به هم پیوند می زند؛ همکاری را ممکن می سازد و برای سازمان منافعی را به دنبال دارد (چیو^۱، ۲۰۰۶: ۱۸۷۸).

اشخاصی که مدت طولانی تری به فعالیتی مشغول باشند، بهتر می فهمند تخصص آنها چه کاربردی دارد و بنابراین بهتر خواهند توانست دانش خود را با دیگران تسهیم کنند. در مقابل، افرادی که احساس کنند تخصص کافی ندارند، احتمال کمتری دارد که به تسهیم دانش بپردازند. بنابراین تخصص فردی یا مهارت و توانایی فرد باید این احتمال را افزایش دهد که او به تسهیم دانش می پردازد (واسکو، ۲۰۰۵: ۴۲)

سرمایه ارتباطی و تأثیر آن بر مدیریت دانش

سرمایه ارتباطی هنگامی ایجاد می شود که اعضا به میزان زیادی هویت خود را با جمع ببینند؛ به یکدیگر اعتماد داشته باشند؛ مشارکت دیگران در جمع را ببینند و به هنجارهای مشارکتی خود پایبند و وفادار باشند. به زعم کولمن^۲ کارکرد اصلی بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی تسهیل فعالیتها در ساختار است. هم چنین سرمایه ارتباطی دارایی مهمی است که هم به جامعه و هم به خود فرد سود می رساند.

1. Chiu
2. Coleman

اعضا تمایل دارند به یکدیگر کمک کنند به این دلیل که هر فرد بخشی از جمع است و همه هدف جمعی یکسانی دارند(همان).

روابط فردی، منبع اولیه‌ای برای تولید سرمایه اجتماعی به‌شمار می‌رود و بر چگونگی رفتار افراد با دیگران تأثیر می‌گذارد و ایجاد و تسهیم دانش را در شبکه تقویت می‌کند. نظریه مبادله اجتماعی بیان می‌کند که افراد با این انتظار در تعامل اجتماعی شرکت می‌کنند که به پادشاهای اجتماعی مانند احترام، موافقت گروه و جایگاه دست یابند. این نظریه می‌گوید اگر فرد چنین درک می‌کند که مشارکت اعتبار شخصی او را در شبکه تقویت می‌کند به مشارکت همت خواهد گذاشت و از آن بهره‌مند خواهد شد(همان: ۳۹).

تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که تسهیم دانش با احساس جبران متقابل آن هم با رعایت انصاف آسان می‌شود. بنابراین هنگامی که هنجار جبران متقابل در جمع وجود داشته باشد، اشخاص اطمینان می‌یابند که به تلاشهای تسهیم دانش آنها متقابلاً پاسخ داده خواهد شد(همان: ۴۳).

نتیجه تحقیقات نشان می‌دهد آگاهی فرد از اینکه اعضای گروه اعتبار حرفه‌ای او را تقویت می‌کنند، پیش‌بینی‌کننده مهم تسهیم دانش فردی است. اعتبار ایجاد شده به عنوان یک انگیزاننده قوی برای مشارکت فعال و تسهیم دانش عمل می‌کند(همان: ۵۰). افراد هر شبکه احساس تعهد قوی نسبت به شبکه دارند و یاری رساندن به سایر اعضا و تسهیم دانش را وظیفه خود می‌دانند. علاوه بر تعهد، اعتماد نیز جنبه کلیدی سرمایه ارتباطی و آسان‌کننده فعالیت جمعی است. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که اعتماد به توانایی، خیرخواهی و درستکاری^۱ دیگران با تمایل به دادن یا دریافت اطلاعات مرتبط است و عملکرد را در گروه‌ها ارتقا می‌بخشد(همان: ۴۲-۴۳).

چیو و همکارانش (۲۰۰۶) در پژوهش خود نشان دادند روابط متقابل بر اعتماد تأثیر قوی و مثبتی دارد. اعتماد به تنهایی بر کمیت تسهیم دانش تأثیر زیادی ندارد اما بر کیفیت آن تأثیر مستقیم دارد. ارتباطات اجتماعی، روابط متقابل و شناسایی از طریق اعتماد بر کیفیت دانش تأثیر می‌گذارد(چیو، ۲۰۰۶: ۱۸۸۳). یافته‌ها نشان می‌دهد که ارتباطات ضعیف برای انتقال دانش کافی است ولی ارتباطات قوی در شبکه‌ها که بر اعتماد زیاد مبتنی باشد برای انتقال دانش ضمنی ضروری است. ارتباطات قوی

1. integrity

می تواند به شرکتها کمک کند تا به دانش و اطلاعات عمیق و باکیفیت (دانش ضمنی) دست پیدا کنند(مو، ۲۰۰۸: ۹۷).

گبی، لیندرز و ون انگلن^۱ در تحقیقی که روی گروهها انجام دادند دریافتند که اگرچه نبودن اعتماد ممکن است انگیزه افراد را برای تسهیم دانش کاهش بدهد، اعتماد در سطح فردی به تسهیم دانش کمکی نمی کند بلکه تنها زمانی در تسهیم دانش نقش دارد که جنبه گروهی داشته باشد. در سطح گروه، دو بعد اعتماد یعنی توانایی و درستکاری با تسهیم دانش رابطه داشت؛ اما آنچه جالب و غیر منتظره به نظر می رسد این است که بعد توانایی با تسهیم دانش رابطه منفی داشت؛ یعنی زمانی که افراد انتظار دارند دیگران توانایی بیشتری داشته، و با رموز کار بیشتر آشنا باشند، کمتر دانش خود را با آنها تسهیم می کنند. اما در مورد درستکاری رابطه مثبت بود؛ یعنی افراد با عضوی که او را درستکار می دانستند، بیشتر دانش خود را تسهیم می کردند (بیکر، ۲۰۰۶: ۶۰۳-۶۰۲).

اعتماد به عنوان زمینه مهمی برای عملکرد گروهی در سیستم های اطلاعاتی، مبادلات سرمایه های ذهنی، ایجاد ارزش سازمانی، مبادلات زنده و مستقیم و تسهیم دانش در گروه های مجازی شناخته شده است. نوناکا نشان داد که اعتماد فردی در گروهها و سازمانها مهم است؛ زیرا فضایی مناسب برای تسهیم دانش ایجاد می کند. یک ویژگی مهم تعاملات غیررسمی، مشکل بودن تعیین میزان کمک هر یک از افراد است. بنابر این اعتماد در رفتارهای ارادی، بویژه تسهیم دانش مهم است. بلاو^۲ بیان می کند که اعتماد باعث ایجاد و حفظ روابط مبادله ای می شود(چیو، ۲۰۰۶: ۱۸۷۷).

سرمایه اجتماعی برای پشتیبانی از تسهیم دانش

به نظر می رسد که بین فرایندهای مدیریت دانش، تسهیم دانش بیشترین تأثیر را در فرایندهای دانشی داشته باشد، اما تحقیقات در مورد آن بسیار کم بوده است. مطالعات بسیاری تسهیم دانش را به عنوان یک جعبه سیاه تأثیرگذار در نظر گرفته و به ماهیت آن نپرداخته و منتظر کشف آن در کارهای بعدی شده است(تسایبی، ۲۰۰۵: ۲۲۰). تسهیم دانش به دو شیوه مورد استفاده قرار می گیرد: در یک

1. Gabbay , Leenders , Van Engelen

2. Blau

شیوه تسهیم دانش به صورت فرایند بهره برداری^۱ است که در آن دانش موجود کسب، منتقل، و در وضعیت مشابه به کار برده می‌شود. در شیوه دیگر به صورت فرایند اکتشاف^۲ است که شامل فرایندهایی است که در آن دانش تسهیم و ترکیب، و دانش جدیدی خلق می‌شود (بیکر، ۲۰۰۶: ۵۹۷).

شبکه روابط اجتماعی به انتقال و تسهیم دانش در سازمان کمک می‌کند. دسترسی به دانشی که به طور اجتماعی به دست آمده است و می‌تواند دانش جدید بیافریند، مزیت رقابتی ایجاد می‌کند و عملکرد اقتصادی را بهبود می‌بخشد.

تسای^۳ (۲۰۰۵: ۲۲۲) بیان می‌کند که اعضا برای تسهیم دانش باید توان و تمایل به این کار داشته باشند. توان و تمایل دو مقوله جدا از هم است. پولانی^۴ بیان می‌کند که انسان توانایی بیان کامل دانش و اطلاعات خود را ندارد؛ یعنی "ما بیشتر از آنچه توانایی بیان آن را داریم، می‌دانیم." یکی از مهمترین دلایل این عدم توانایی، نبودن زبان مشترک یا شکاف زبانی (بعد شناختی سرمایه اجتماعی) بین اعضا است. عدم اعتماد (بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی) از جمله مهمترین موانع تسهیم دانش است که باعث عدم تمایل به تسهیم دانش می‌شود. به‌رغم شواهدی که تنوع را برای دسترسی به دانش بیشتر مفید می‌داند، تسای در تحقیق خود دریافت که هر چه تنوع در اعضای گروه (چه از نظر حرفه ای و چه از نظر دموگرافی) بیشتر باشد، توان و تمایل به تسهیم دانش کاهش می‌یابد. او بیان می‌کند که سرمایه اجتماعی به عنوان عامل تعدیلگر، اثر اقتضایی تنوع را بر توان و تمایل اعضا تعدیل می‌کند. سرمایه اجتماعی از یک سو موانع زبانی (عدم توان) را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر عدم اعتماد و احساس ناامنی (که باعث عدم تمایل می‌شود) را کم می‌کند و بدین طریق به تسهیم دانش در گروه‌های با اعضای گوناگون کمک می‌کند (تسای، ۲۰۰۵: ۲۲۴-۲۲۲).

در ارتباطات راه دور نیز سرمایه اجتماعی اهمیت زیادی پیدا می‌کند؛ چرا که منابعی که در شبکه‌های اجتماعی هست، افراد را به هم پیوند می‌دهد. از این رو تمایل و انگیزه افراد را برای مشارکت داوطلبانه افزایش می‌دهد (چیو، ۲۰۰۶: ۱۸۷۶).

-
1. exploitation
 2. exploration
 3. Tsai
 4. Polanyi

تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که انتقال دانش باعث می‌شود صاحب دانش ارزش منحصر به فرد ناشی از دانش خود را از دست بدهد و در این فرایند، بقیه افراد سود می‌برند. بنابراین ممکن است چنین به نظر رسد کمک داوطلبانه و صرف زمان به دلیل منافع جمع، غیر عقلایی باشد در حالی که افراد می‌توانند براحتی از تلاشهای دیگران استفاده کنند. نظریه‌های فعالیت‌های جمعی به توضیح اینکه چرا افراد یک جمع سواری مجانی را انتخاب نمی‌کنند، کمک می‌کند. این نظریه پیشنهاد می‌کند که افراد نفوذ سرمایه اجتماعی را بر سواری مجانی ترجیح دهند (واسکو، ۲۰۰۵: ۳۸).

نتیجه‌گیری

همان طور که قبلاً ذکر شد، بسیاری از ابتکارات مدیریت دانش (نسل اول) موفقیت آمیز نبوده است. بسیاری از ابزارهای تسهیم دانش باید به طور جدی موانع انگیزشی (مربوط به بعد ارتباطی) تسهیم دانش را برطرف کند. موانع انگیزشی مسائلی مربوط به منافع فردی نیست. اعتماد مهمترین جنبه سرمایه اجتماعی است. اینکه اعتماد متقابل بر انتقال اطلاعات اثر مثبتی دارد به طور عمومی پذیرفته شده است. هم‌چنین اعتماد برای انتقال دانش ضمنی ضروری است. افرادی که اعتماد متقابل ایجاد می‌کنند احتمال بیشتری دارد که دانش خودشان را در اختیار شبکه الکترونیک بگذارند (هایسن، ۲۰۰۶: ۴۷). برخی طراحیهای مجدد سازمان ممکن است به جریان مداوم طبیعی دانش داشته نیاز باشند. یک استراتژی می‌تواند این باشد که در سازمان، فعالیت‌های "واسطه‌های" دانش نهادینه شود. تمام این اظهارات نشان‌دهنده این است که سرمایه اجتماعی مثل اعتماد و تراکم^۱ و ابعاد شناختی و هم‌چنین برخی نقش‌های شبکه‌های اجتماعی مثل "واسطه‌ها" همه به تسهیم دانش در سازمان کمک می‌کند (همان: ۴۸).

منابع فارسی

۱. الوانی ، سید مهدی ،فراحي ، محمد مهدی و ناطق ، تهمينه(۱۳۸۶) ، "نقش سرمايه اجتماعي در توسعه مدیریت دانش سازمانی " علوم مدیریت ايران شماره ۵.
۲. واعظی، رضا، متولی حبیبی، مسلم،(۱۳۸۵) نگاهی دانش مدار به مدیریت دانش، مجله مدیریت، شماره ۱۱۳-۱۱۴.

منابع لاتین

3. Adler , P.S., Kwon, S. (2002), social capital: prospects for a new concept , *Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 1, 17-40.
4. Anand, V., Glick, W. H., and Manz, C. C. (2002), Thriving on the knowledge of outsiders: Tapping organizational social capital, *Academy of Management Executive*, Vol. 16, No. 1
5. Bakker, M. and Roger Th.A.J. Leenders, S. M. Gabbay, Jan Kratzer and Jo M.L. Van Engelen (2006), Is trust really social capital? Knowledge sharing in product development projects, *The Learning Organization*, Vol. 13 No. 6, pp. 594-605
6. Brooks N.J. & Morton, S.C. & Dainty, A.R.J & Burns, N.D. (2006), Social processes, patterns and project knowledge management: a theoretical framework and an empirical investigation : *International Journal of Project Management* ,VOL.24,474-482
7. Chao-Min Chiu, Meng-Hsiang Hsu, Eric T.G. Wang (2006), Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories: *Decision Support Systems*, 42 1872-1888
8. Hoffman ,J. J., Hoelscher, M. L. and Sherif ,K. (2005), Social capital, knowledge management, and sustained superior performance: *Journal of knowledge management* , VOL. 9 NO. 3 2005, pp. 93-100
9. Huysman, M. & Wulf, V (2006), IT to support knowledge sharing in communities ,towards a social capital analysis: *Journal of Information Technology*, 21, 40-51
10. Inkpen, A.C., Tsang, E.W.K., (2005). Social capital, networks and knowledge transfer: *Academy of Management Review* 30 (1), 146-165.
11. Kakabadse, N.K., Kakabadse, A. , Kouzmin, A. ,(2003), Reviewing the knowledge management literature: toward a taxonomy, *Journal of knowledge management*, VOL. 7 NO. 4, pp. 75-91,

12. Leana, C. R. and Van Buren, H. J. (1999). Organizational social capital and employment practices: *Academy of Management Review*, vol.24, 538–555.
13. McLeroy, M.W. & Jorna, R.J. & Engelen, V. (2006), Rethink in social capital theory: a knowledge management perspective: *Journal of knowledge management*, VOL. 10, NO.5 , pp. 124-136
14. Mu ,J., Gang Peng and Love, E. (2008), Interfirm networks, social capital, and knowledge flow: *Journal of knowledge management*, VOL. 12 NO. 4, pp. 86-100,
15. Nahapiet , J.; Ghoshal ,S. (1998), Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage, *The Academy of Management Review*; 23, 2; pg. 242
16. Rastogi ,P.N. (2002), Knowledge management and intellectual capital as a paradigm of value creation, *Human Systems Management*, vol. 21 229–240
17. Rethemeyer, R. K., Hatmaker, D. M. (2008), Mobile trust, enacted relationship: social capital in a state-level policy network , *Academy of Management Proceeding*,
18. Sherif, K. & Hoffman, J. & Thomas, B. (2006), Can technology build organizational social capital? the case of a global IT consulting firm: *Information & Management* ,VOL.43 795-804
19. Smedlund, A. (2008), The knowledge system of a firm: social capital for explicit, tacit and potential knowledge, *Journal of knowledge management*, VOL. 12 NO. 1 , pp. 63-77,
20. Subramaniam, M. Youndt, M.A. (2005), The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities: *Academy of Management Journal*, Vol. 48, No. 3, 450–463.
21. Tsai , F. (2005), Composite diversity, social capital, and group knowledge sharing: a case narration: *Knowledge Management Research & Practice*, 3, 218–228
22. Wasko, M. M.; Samer Faraj (2005), Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in : *MIS Quarterly*; Vol. 29 No. 1, pp. 35-57