



Knowledge Dissemination based on Social Networks: A Systematic Review

Leila Jabbari 

Ph.D. candidate, Department of Information and Knowledge Management, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: le_jabbari@yahoo.com

Mohammad Hasanzadeh 

*Corresponding author, Professor, Department of Information and Knowledge Management, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: hasanzadeh@modares.ac.ir

Fatemeh Zandian 

Associate Professor, Department of Information and Knowledge Management, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: zandian@modares.ac.ir

Atefeh Sharif 

Assistant Professor, Department of Information and Knowledge Management, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: atefehsharif@gmail.com

Abstract

Objective: Knowledge is an asset that increases when others share it, and its sharing and dissemination leads to synergy and growth of individual and collective knowledge. In fact, the dissemination of knowledge is the process of communication between two or more people, which includes the transfer and acquisition of knowledge. In knowledge dissemination, the focus is on human capital and interpersonal interactions. In recent years, the expansion of social media has had a significant impact on the ease of spreading knowledge among people. Social media are central members of internet communities that have many possibilities to create interpersonal communication and transfer information and dissemination knowledge. Today, social networks have become a valuable platform to facilitate knowledge sharing and communication, not only at a personal or individual level, but also for organizations. However, despite the significant and rapid growth of research in this field, few attempts have been made to systematically review and synthesize the findings of previous reviews and evaluate the current state of research on the use of social networks in knowledge dissemination. The main purpose of this paper is to provide a better understanding and review the current state of research on the use of social networks for knowledge dissemination.

Methodology: In this research, a systematic literature review method has been used to collect and review studies by following a predefined review method, integrating automatic and manual search strategies, in order to cover all related research articles published in this period of time. Systematic

search according to keywords reached 253 research outputs, and finally 37 research outputs matching the criteria were determined for in-depth analysis.

Findings: After the data analysis process, the results from the selected preliminary studies show a clear and comprehensive overview of current research that focuses on knowledge dissemination through social networks and identify three main activities of social network use, which include the processes of knowledge seeking, knowledge dissemination and social interaction. In addition, factors including accessibility, authenticity, and permanence make social networks a space for knowledge dissemination in all fields. The findings of this study show that organizational conditions, lack of leadership, costs of knowledge compilation, fear of losing the power of knowledge and lack of personal benefit are among the challenges of knowledge dissemination in social networks.

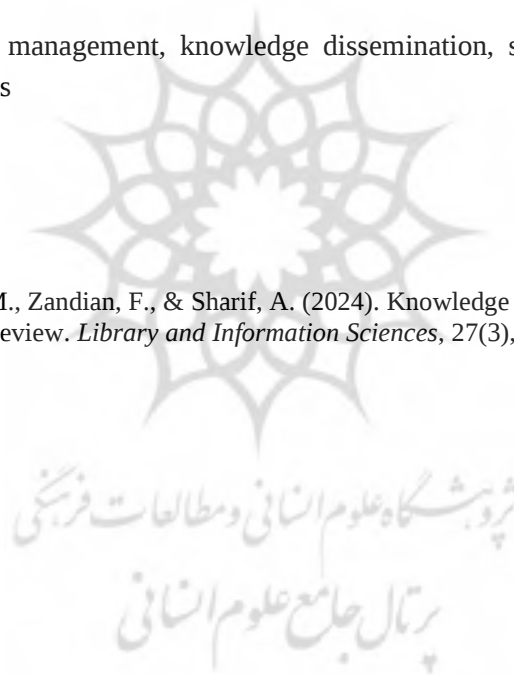
Conclusion: The results of this study show that social networks for implementing knowledge sharing are related to different forms of behavior and have the potential to overcome the challenges associated with its use.

Keywords: knowledge management, knowledge dissemination, social networks, knowledge dissemination challenges

Article type: Research

How to cite:

Jabbari, L., Hasanzadeh, M., Zandian, F., & Sharif, A. (2024). Knowledge Dissemination based on Social Networks: A Systematic Review. *Library and Information Sciences*, 27(3), 59-90.



ARTICLE INFO

Article history:

Received: 24/04/2023

Received in revised form: 19/05/2023

Accepted: 18/06/2023

Available online: 30/11/2024

Publisher: Central Library of Astan Quds Razavi
Library and Information Sciences, 2024, Vol. 27, No.3, pp. 59-90.

© The author(s)



اشاعه دانش مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی: یک مرور نظام‌مند

لیلا جباری 

دانشجوی دکتری رشته مدیریت اطلاعات و دانش، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: le_jabbari@yahoo.com

محمد حسن زاده 

*نویسنده مسئول، استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: hasanzadeh@modares.ac.ir

فاطمه زندیان 

دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: zandian@modares.ac.ir

عاطفه شریف 

استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: atefehsharif@gmail.com

چکیده

هدف: امروزه شبکه‌های اجتماعی به یک پلت فرم ارزشمند برای تسهیل اشتراک دانش و ارتباطات، نه تنها در سطح شخصی یا فردی، بلکه برای سازمان‌ها تبدیل شده است. با این وجود، رشد مهم و سریع پژوهش‌ها در این زمینه، تلاش‌های کمی برای بررسی نظام‌مند و ترکیب یافته‌های بررسی‌های قبلی و ارزیابی وضعیت فعلی پژوهش‌ها در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در اشاعه دانش صورت گرفته است. هدف اصلی این مقاله ارائه درک بهتر و بررسی دقیق وضعیت فعلی پژوهش‌ها در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش است.

روش پژوهش: در این پژوهش از روش مرور نظام‌مند ادبیات برای جمع‌آوری و مرور مطالعات با پیروی از یک روش مرور از پیش تعریف‌شده، ادغام استراتژی‌های جستجوی خودکار و دستی، به منظور پوشش دادن همه مقالات پژوهشی مرتبط منتشر شده در این بازه زمانی استفاده شده است. جستجوی نظام‌مند با توجه به کلمات کلیدی به ۲۵۳ پرونده پژوهشی رسید که در نهایت ۳۷ پرونده پژوهشی منطبق با معیارها جهت تحلیل عمیق تعیین شدند.

یافته‌ها: پس از فرآیند تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتایج حاصل از مطالعات اولیه منتخب، یک نمای کلی روشن و جامع از پژوهش فعلی را نشان می‌دهد که بر اشاعه دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی متمرکز است و سه فعالیت اصلی کاربرد شبکه‌های اجتماعی را شناسایی می‌کند که شامل فرآیندهای جستجوی دانش، اشاعه دانش و تعامل اجتماعی است. علاوه بر این، عواملی شامل دسترسی، واقعی بودن و ماندگاری، شبکه‌های اجتماعی را به فضایی برای اشاعه دانش در همه زمینه‌ها تبدیل می‌کند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که جو سازمانی، فقدان رهبری، هزینه‌های تدوین دانش، ترس از دست دادن قدرت دانش و فقدان منفعت شخصی از جمله چالش‌های اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی است.

نتیجه‌گیری: نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی برای اجرای اشتراک دانش با اشکال مختلف رفتار مرتبط هستند و پتانسیل غلبه بر چالش‌های مرتبط با استفاده از آن را دارند.

کلیدواژه‌ها: مدیریت دانش، اشاعه دانش، شبکه‌های اجتماعی، چالش‌های اشاعه دانش

نوع مقاله: پژوهشی

استناد:

جباری، لیلا؛ حسن زاده، محمد؛ زندیان، فاطمه؛ عاطفه (۱۴۰۳). اشاعه دانش مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی: یک مرور نظام‌مند. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۲۷(۳)، ۵۹-۹۰.

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۲/۴ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۲/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۳/۲۸ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۹/۱۰

ناشر: کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی

کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۴۰۳، دوره ۲۷، شماره ۳، شماره پیاپی ۱۰۷، صص. ۵۹-۹۰.

© نویسندگان



مقدمه

دانش دارایی شناخته شده‌ای است که با سهیم شدن دیگران در آن، افزایش می‌یابد و تسهیم و اشاعه آن به هم‌افزایی و رشد دانش فردی و جمعی منجر می‌شود. نوناکا و تاکوچی^۱ (۲۰۰۷) معتقدند که دانش با استفاده از استعارات، مفاهیم، فرضیه‌ها، دیاگرام‌ها، مدل‌ها و الگوها با دیگران به اشتراک گذاشته می‌شود. در واقع اشاعه دانش^۲، فرآیند ارتباط میان دو یا چند فرد است که شامل انتقال و کسب دانش است. در اشاعه دانش، تمرکز بر روی سرمایه‌های انسانی و تعاملات میان فردی است (پالین و سانسون^۳، ۲۰۱۵). در مسیر اشاعه دانش در دنیای امروز، فناوری، نقش بسزایی دارد. در سالیان اخیر، گسترش رسانه‌های اجتماعی تأثیر بسزایی در سهولت اشاعه دانش در بین افراد داشته است. رسانه‌های اجتماعی جوامع اینترنتی عضو محوری‌اند که دارای امکانات فراوانی جهت ایجاد ارتباطات بین فردی و انتقال اطلاعات و اشاعه دانش هستند. به عبارت دیگر، این رسانه‌ها ابزار یادگیری در فضای مجازی هستند که کاربران را قادر می‌سازند تا به ایجاد، انتشار و اشاعه اطلاعات و دانش بپردازند (اوساتویی، ۲۰۱۳)؛ در واقع رسانه اجتماعی پلت فرمی است که رسانه‌های آنلاین مختلف، از جمله شبکه‌های اجتماعی مانند: فیس‌بوک، میکروبلگ‌ها (مانند: وبلاگ‌های شخصی یا تویتر)، برنامه‌های اشتراک‌گذاری تصویر یا ویدیو مانند یوتیوب را ترکیب می‌کند (کاپلان و هنلین^۴، ۲۰۱۰؛ اوساتویی^۵، ۲۰۱۳؛ یان، دیویسون و مو^۶، ۲۰۱۳).

رسانه‌های اجتماعی به عنوان فضای برجسته برای ایجاد کانال‌های اشاعه دانش در نظر گرفته می‌شوند؛ جایی که افراد می‌توانند افراد دیگری را با علایق مشابه پیدا کنند و افکار خود را با آن‌ها تسهیم کنند (بیلگه‌هان، باردا، اوکوموس و نسیر^۷، ۲۰۱۶). از این رو، برنامه‌های کاربردی رسانه‌های اجتماعی از استفاده شخصی فراتر رفته‌اند و به عنوان ابزاری برای اشاعه دانش و ارتباطات، از طریق مکان‌های مختلف اما نه در یک مکان استفاده می‌شوند (کین، پالمر، فیلیپس و باکلی^۸، ۲۰۱۴؛ لام، یونگ و چنگ^۹، ۲۰۱۶).

امروزه سازمان‌های دولتی در حال بررسی راه‌هایی هستند که از طریق آن‌ها می‌توان از رسانه‌های اجتماعی برای به اشاعه دانش، به عنوان راهی برای غنی‌سازی آگاهی شهروندان و اقدامات دولت استفاده کرد (اوساتویی، ۲۰۱۳؛ دکر و بکرز^{۱۰}، ۲۰۱۵). این ابزار به عنوان وسیله‌ای برای تولید دانش در بخش کسب و کار و ادغام

1. Nonaka & Takeuchi
2. knowledge sharing
3. Paulin & Suneson
4. Kaplan & Haenlein
5. Osatuyi
6. Yan, Davison & Mo
7. Bilgihan, Barreda, Okumus & Nusair
8. Kane, Palmer, Phillips & Buckley
9. Lam, Yeung & Cheng
10. Dekker & Bekkers

مشتریان در چندین حوزه فعالیت است (بوسلیم و چهوسین^۱، ۲۰۱۶؛ کورمین و بهارون^۲، ۲۰۱۶). مؤسسات آموزشی و پژوهشی نیز رسانه‌های اجتماعی را به عنوان ابزاری برای الهام بخشیدن به فعالیت‌های یادگیری پذیرفته‌اند (کولاکلی و ماهونی^۳، ۲۰۱۴؛ بالاکریشنان و گان^۴، ۲۰۱۶).

پژوهش‌های زیادی در حوزه اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی صورت گرفته است؛ با این وجود پژوهش‌های قبلی در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش هنوز در مراحل اولیه پیشرفت خود است، اگرچه ایده شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش در حال رشد بوده است و در چند سال اخیر در سطوح فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است (به‌رینگر و ساسنبرگ^۵، ۲۰۱۵).

هدف اصلی این پژوهش، ارائه درک بهتر و بررسی دقیق وضعیت فعلی پژوهش‌ها در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش است. در این پژوهش، از رویکرد مرور نظام‌مند جهت جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و ترکیب داده‌ها در رابطه با دقت و ارزش مقالات قبلی متمرکز بر این حوزه پژوهشی، پرداختن به موضوعات مختلف و منتشرشده در پایگاه‌های اطلاعاتی بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ استفاده شده است.

برای دستیابی به این اهداف، پرسش‌های پژوهش پیشنهاد شده عبارتند از:

۱. چگونه شبکه‌های اجتماعی در فرایندهای مختلف اشاعه دانش به کار می‌روند؟
۲. چه چالش‌های کلیدی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش وجود دارد؟
۳. چه عواملی می‌تواند موفقیت پیاده‌سازی شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش را تعیین کند؟

پیشینه پژوهش

مدیریت دانش

مدیریت دانش یک مؤلفه مهم برای بقای شرکت‌ها و حفظ موقعیت رقابتی در بازار است (پارک و گابارد^۶، ۲۰۱۸؛ صدیقهم و آنین^۷، ۲۰۱۸). پژوهشگران استدلال می‌کنند که دانش تخصصی یک منبع ارزشمند و کمیاب است (حاجلی و حاجلی^۸، ۲۰۱۳؛ کومی و صابهروال^۹، ۲۰۱۸).

1. Busalim & CheHussin
2. Kormin & Baharun
3. Kulakli & Mahony
4. Balakrishnan & Gan
5. Behringer & Sassenberg
6. Park & Gabbard
7. Sedighehm & Ainin
8. Hajli & Hajli
9. Kumi & Sabherwal

بدیهی است که دانش باید به کسانی منتقل شود که بیشترین کمبودها را در این زمینه دارند. تخمین زده می‌شود که سالانه ۳۱.۵ میلیارد دلار تنها توسط شرکت‌های فورچون-۵۰۰^۱ به دلیل مدیریت ضعیف دانش از دست می‌رود (بابکاک^۲، ۲۰۰۴)؛ در حالی که این عملکرد مبتنی بر فرآیند در سازمان رخ می‌دهد بدون توجه به این که منشور رسمی ایجاد شده است یا خیر (شن و گانگن^۳، ۲۰۱۷). در این زمینه، نوناکا، چستر و نابورو^۴ (۱۹۹۴) مدیریت دانش را به عنوان فرآیند مدیریتی برای ایجاد، اشاعه و استفاده از دانش تعریف می‌کنند؛ یک رویکرد چند رشته‌ای در دستیابی به اهداف تجاری با استفاده از دانش (اوکازاکی و کامپو^۵، ۲۰۱۷). وی و چوا^۶ (۲۰۱۳)، بر سه مرحله اصلی مدیریت دانش تأکید می‌کنند: ایجاد دانش، اشاعه دانش و استفاده مجدد از دانش. به گفته ادواردز، وانگ، ژانگ و وو^۷ (۲۰۱۷)، اشاعه دانش راهی است که به افراد در ایجاد دانش، استفاده مجدد و موقعیت رقابتی سازمان کمک می‌کند. اشاعه دانش بخش مهم و جدایی‌ناپذیر مدیریت دانش است. به بیان سانچز، کولادو توئیز و سبریان تاراسون^۸ (۲۰۱۳) اشاعه دانش بخش عمده‌ای از مدیریت دانش است. ساجوا^۹ (۲۰۱۴) اشاعه دانش را این گونه تعریف می‌کند: «انتقال، انتشار و تبادل دانش، تجربه، مهارت‌ها و اطلاعات ارزشمند از یک فرد به سایر اعضای یک سازمان». اشاعه دانش مزایای مختلفی دارد، از جمله: گسترش یادگیری فردی را در سراسر سازمان تشویق می‌کند (یانگ^{۱۰}، ۲۰۰۷)؛ توسعه شایستگی را تسهیل می‌کند (تریولاس، آکریولیب، تسیفوراب و تسوتساب^{۱۱}، ۲۰۱۵)؛ تأثیر مثبتی بر عملکرد اعضای سازمان دارد (کوزو و اوزیلهان^{۱۲}، ۲۰۱۴)؛ تأثیر مثبتی بر رفتار کاری نوآورانه دارد (اخوان و حسینی^{۱۳}، ۲۰۱۵)؛ و تأثیر مثبتی بر قابلیت نوآوری سازمانی دارد (لین^{۱۴}، ۲۰۰۷). به گفته لین، وو و لو^{۱۵} (۲۰۱۲) اشاعه دانش، دشوارترین فعالیت مدیریت دانش برای سازمان‌ها است. از این رو، سازمان‌هایی که با موفقیت فعالیت‌های اشاعه دانش را مدیریت می‌کنند، به عملکرد مدیریت دانش خوبی دست خواهند یافت؛ زیرا اشاعه دانش فعالیتی است که بیشترین تأثیر را بر موفقیت مدیریت دانش دارد (زعیم^{۱۶}، ۲۰۰۶) و موفقیت سازمانی در مدیریت فعالیت‌های اشاعه دانش، برای سازمان مزیت رقابتی ایجاد می‌کند (سولک-بوروسکا^{۱۷}، ۲۰۱۷)؛ در نتیجه سازمان‌ها نیاز به شناخت عوامل اثرگذار بر اشاعه دانش دارند.

1. Fortune-500

2. Babcock

3. Shen & Guangyan

4. Nonaka, Chester & Naboru

5. Okazaki & Campo

6. Wee & Chua

7. Wong, Zhang & Wu

8. Sanchez, Collado-Tuiz & Cebrian-Tarrason

9. Sajeve

10. Yang

11. Trivellas, Akrioulis, Tsiforab & Tsoutsab

12. Kuzu & Ozilhan

13. Akhavan & Hosseini

14. Lin

15. Lin, Wu & Lu

16. Zaim

17. Solek-Borowska

شبکه‌های اجتماعی

اصطلاح شبکه‌های اجتماعی عمدتاً با عنوان رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌شود. شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی به منظور تعامل و ارتباط با افرادی که می‌شناسید و یا کسانی که تمایل دارید با آن‌ها ارتباط برقرار کنید، است. شبکه‌های اجتماعی با یکپارچه‌سازی فناوری اطلاعاتی و ارتباطی، افراد را از لحاظ اجتماعی به یکدیگر مرتبط می‌کنند (زنگ و گریستن^۱، ۲۰۱۴)؛ از این رو، شبکه‌های اجتماعی یک بستر مناسب برای اشاعه و ایجاد دانش است (هورا و کلین^۲، ۲۰۱۴).

افراد در شبکه‌های اجتماعی پیرامون محور همکاری و مشارکت حضور پیدا می‌کنند و عضویت در آن‌ها به دلایل شخصی یا ارتباط با دیگر افراد است. شبکه‌های اجتماعی را می‌توان جوامع اینترنتی عضو محوری دانست که از تمام امکانات برای پرورش اجتماعی شدن و وابسته شدن کاربران به یکدیگر استفاده می‌کند و بر میزان اجتماعی شدن کاربران تأثیر می‌گذارد؛ به عبارتی دیگر، این شبکه‌ها ابزار یادگیری در فضای مجازی‌اند که استفاده‌کنندگان را قادر می‌سازند تا به ایجاد، انتشار و اشتراک‌گذاری کارهای خود بپردازند و تعامل و همکاری بین یادگیرنده‌ها را تسهیل کند (همسلی و میسون^۳، ۲۰۱۳).

مدیریت دانش و شبکه‌های اجتماعی

در حال حاضر، توسعه فناوری اطلاعات، فرصت‌های جدید بسیاری را ایجاد کرده است تا تبادل دانش با وجود محدود شدن فاصله، زمان و مکان صورت گیرد (مائو، لیوب، ژانگ و دنگ^۴، ۲۰۱۶). از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف و فناوری‌های جدید، فناوری اطلاعات می‌تواند به عنوان راه‌حلی برای مشکلات مختلف فوق مورد استفاده قرار گیرد. یکی از فناوری‌های امیدوارکننده اینترنت، شبکه‌های اجتماعی هستند. شبکه‌های اجتماعی امکان اجرای تعامل، ارتباط و همکاری بین کاربران را به شکل مؤثر، سریع، دقیق و نسبتاً ارزان فراهم می‌سازد (همسلی و میسون^۳، ۲۰۱۳).

هانا، روم و کریتندن^۵ (۲۰۱۱) مفهومی را برای توسعه یک استراتژی برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سازمان پیشنهاد کردند که آن را به عنوان «اکوسیستم شبکه‌های اجتماعی» می‌دانند. در این مفهوم، سازمان‌های حقوق بشری باید بدانند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حمایت از فعالیت‌های سازمان باید هماهنگ شود، یعنی ترکیب مناسب روش‌های سنتی با شبکه‌های اجتماعی به جهت دستیابی به اهداف سازمانی؛

1. Zeng & Gerritsen

2. Hoarau & Kline

3. Hemsley & Mason

4. Mao, Liub, Zhangc & Deng

5. Hanna, Rohm & Crittenden

از این رو، اعتقاد بر این است که شبکه‌های اجتماعی دارای پتانسیل فوق‌العاده‌ای برای سازمان‌ها به منظور بهبود عملکرد شرکت هستند.

پژوهش‌های زیادی در زمینه شبکه‌های اجتماعی و مدیریت دانش انجام شده است که شامل مدل‌های مفهومی، مطالعات موردی و مطالعات تجربی است (رازمریتا و سودزینا^۱، ۲۰۰۹؛ کاپلان و هنلین^۲، ۲۰۱۰؛ یتس و پاکت، ۲۰۱۱؛ هانا، روم و کریتندن، ۲۰۱۱؛ ماجخرزک، فرج و آزاد^۳، ۲۰۱۳). رازمریتا و سودزینا (۲۰۰۹) استدلال می‌کنند که اصول مشابهی بین شبکه‌های اجتماعی و مدیریت دانش وجود دارد. چندین پژوهشگر موفق به شناسایی مزایای به دست آمده از طریق استفاده از شبکه‌های اجتماعی در مدیریت دانش شده‌اند (پاروتیس و آل صالح، ۲۰۰۹)؛ در واقع در بسیاری از زمان‌ها، بهترین تجربه‌های افراد از راه همکاری و ارتباطات غیررسمی موجود بین آن‌ها منتقل می‌شود (منان، کینگ، تولند، دالی و ناگی^۴، ۲۰۱۰). این در حالی است که شبکه‌های اجتماعی فرصت مهمی را برای انتقال تجربه‌های افراد، از راه یک فضای غیررسمی امکان‌پذیر می‌کنند. در توضیح این مطلب باید اشاره کرد که مدیریت دانش، بر سه موضوع اصلی انسان، ساختار و فناوری تأکید دارد و سعی می‌کند با ایجاد ساختار مناسب و زیرساخت‌های فناوری مورد نیاز با محور قرار دادن انسان، با تولید و استفاده صحیح از منابع دانش، به اهداف خود برسد (بکرا^۵، ۲۰۰۴). عوامل کلیدی موفقیت شبکه اجتماعی برای اشاعه دانش در سازمان‌ها در مقاله شامی زنجانی و قاسم تبار شهری (۱۳۹۳) شامل مواردی از جمله: حضور فعال خبرگان و افراد تأثیرگذار در حوزه دانشی مورد نظر در شبکه اجتماعی، امکان جستجوی خبرگان و متخصصان مطابق با موضوع، حفظ حریم خصوصی، تداوم حضور مؤثر کاربران و اشاعه دانش از طرف آن‌ها در شبکه اجتماعی، حمایت سازمان از «عضویت» و «مشارکت» افراد در شبکه‌های اجتماعی و ایجاد فرصت برای آن‌ها، میزان آزادی عمل کارکنان، مشخص بودن تخصص اعضاء در شبکه اجتماعی، تعداد افراد مشارکت‌کننده در شبکه اجتماعی، فرصت ارتباط زنده افراد در شبکه اجتماعی (صوتی، تصویری، نوشتاری) امکان پیشرفت اعضاء از راه مشارکت در شبکه اجتماعی، میزان فعالیت‌های اشاعه دانش در سازمان، وجود فرهنگ اشاعه دانش در شبکه، مشخص بودن اهداف شبکه اجتماعی برای افراد مشارکت‌کننده، میزان بالا بودن سطح تحصیلات کارکنان سازمان، وجود آموزش سازمانی شبکه اجتماعی و امکان داده‌کاوی داده‌های شبکه است. با وجود تعداد بالای پژوهش‌ها در بررسی اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی، مقالات کمی پژوهش‌های مربوط به اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی را مرور کردند؛ از جمله ساراکا و ایپسن^۶ (۲۰۱۷) در پژوهشی با استفاده از یک رویکرد

1 Razmerita & Sudzina

2 Kaplan & Haenlein

3 Majchrzak, Faraj & Azad

4 Meenan, King, Toland, Daly & Nagy

5 Becerra

6 Sarka & Ipsen

مرور نظام‌مند، با هدف ترسیم وضعیت فعلی ادبیات در مورد اشاعه دانش از طریق رسانه‌های اجتماعی قابل اجرا برای توسعه نرم‌افزار پرداختند. این مطالعه یافته‌های مطالعات پژوهشی را برجسته می‌کند و شکاف‌های موجود در ادبیات را شناسایی می‌کند. بدین ترتیب، بینش و آگاهی مفیدی در این زمینه برای پژوهشگران و دست‌اندرکاران فراهم می‌شود. احمد، نذیراحمد، احمد و زکریا^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی به نقش شبکه‌های اجتماعی در به اشتراک‌گذاری دانش با استفاده از روش مرور نظام‌مند پرداختند. بررسی نظام‌مند نشان داد که اگرچه شبکه‌های اجتماعی به شکل روزافزونی برای اشتراک دانش استفاده می‌شود و زمینه جدیدی از پژوهش‌ها را ارائه می‌دهد، اما درک بهتری از چشم‌انداز و جهت به خوبی بیان نشده است.

پناهی، قلاوند و صدقی^۲ (۲۰۲۱) در پژوهشی با روش مرور نظام‌مند به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در تسهیل مدیریت دانش پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد رسانه‌های اجتماعی فعالیت‌های کاربردی دانش مانند ترجمه دانش، تصمیم‌گیری، آموزش، حل مسئله، کار تیمی و فرآیند پژوهش را تسهیل می‌کنند. فعالیت‌های دانش در رسانه‌های اجتماعی باید از نظر کیفیت و قابلیت اطمینان نظارت شود و به خطر افتادن اخلاق، حریم خصوصی کاربران، اخبار جعلی، اطلاعات نادرست و نظرات منفی باید حفظ شود.

با توجه به اهمیت موضوع اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی و پژوهشی کمی که با رویکرد مرور نظام‌مند در این حوزه صورت گرفته، پژوهش حاضر در صدد است تا خلاء موجود در ادبیات پژوهشی این حوزه را برطرف نماید. این مطالعه خلاصه ارزشمندی را ارائه می‌کند و پژوهشگران و متخصصان را قادر می‌سازد تا به درک و بررسی کلی از پژوهش‌ها و موقعیت شبکه‌های اجتماعی در رابطه با مطالعات اشاعه دانش دست پیدا کنند.

پژوهش حاضر شامل مقالات منتخب در حوزه اشاعه دانش و شبکه‌های اجتماعی از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ است. نتایج این پژوهش می‌تواند تصویری جامع از چگونگی اشاعه دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی و عواملی که می‌تواند موفقیت پیاده‌سازی شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش را تعیین کند، ارائه دهد. بنابراین، این پژوهش به دنبال بررسی و تحلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش و فرصت‌ها و چالش‌های موجود است.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، از روش مرور نظام‌مند برای شناسایی، بررسی، ارزشیابی و تحلیل مقالات حوزه اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی استفاده شده است. پتیکرو و رابرتس^۳ (۲۰۰۸) مرور نظام‌مند پژوهش‌ها را به عنوان یک

1. Ahmed, Nazirahmad, Ahmad & Zakaria

2. Panahi, Ghalavand & Sedghi

3. Petticrew & Roberts

تفسیر از مستندات انتخابی در موضوعی مشخص که شامل خلاصه‌سازی، تحلیل، ارزشیابی و ترکیب مستندات است، تعریف کردند. ویژگی‌های مرور نظام‌مند این است که یک تصویر جامع درباره موضوع مورد مطالعه را نشان می‌دهد. مرورهای نظام‌مند می‌توانند سبب درک یک موضوع و تسهیل در شناسایی موضوعات مشترک در سراسر پژوهش‌ها شود و همچنین سبب توسعه یک نظریه شود (همرسل^۱، ۲۰۰۱؛ تندور و دیگران^۲، ۲۰۱۲).

راهبرد جستجو

این مرور نظام‌مند با روش پرزما (موهر و دیگران^۳، ۲۰۰۹) صورت گرفته است. جهت مشخص کردن مقالات، در پایگاه داده اسکوپوس، ساینس دایرکت، نورمگز، مگ ایران و ایران داک جستجوی نظام‌مند انجام شد. برای انجام جستجو، کلمات کلیدی مرتبط با اشاعه دانش و شبکه‌های اجتماعی در پایگاه‌های اطلاعاتی انگلیسی زبان طبق فرمول موجود در جدول ۱ و در پایگاه‌های اطلاعاتی فارسی زبان طبق جدول ۲ استفاده شد. با توجه به شیوه تعیین کلمات در مقالات فارسی، بررسی مقالات مرتبط با اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی، پس از اتمام جستجو و در مرحله بررسی عنوان و چکیده صورت گرفت.

جدول ۱. کلمات کلیدی در جستجوی نظام‌مند پایگاه‌های انگلیسی زبان

OR	AND	OR
knowledge transfer	AND	social network
knowledge sharing	AND	social media
knowledge dissemination	AND	social software
knowledge distribution		
knowledge diffusion		
knowledge exchange		
Knowledge management		

جدول ۲. کلمات کلیدی در جستجوی نظام‌مند پایگاه‌های فارسی زبان

یا	و	یا
اشاعه دانش	و	شبکه‌های اجتماعی
اشتراک دانش	و	رسانه‌های اجتماعی
تسهیل دانش	و	نرم‌افزارهای اجتماعی
انتقال دانش		
تبادل دانش		
توزیع دانش		
مدیریت دانش		

1. Hammersley
2. Tondeur et al
3. Moher et al

معیار انتخاب مقالات

جهت انجام پژوهش محدودیت سال انتشار در ۱۲ سال اخیر در تحقیق اعمال گردید. در مرحله جستجو محدودیت دیگری مانند نوع تحقیق، انتشارات، محل جغرافیایی انجام تحقیق، زبان شرکت‌کنندگان اعمال نشد. همچنین، تمام مقالات فصلنامه‌های علمی داوری شده، کنفرانس‌ها، رساله‌های دکتری و پایان‌نامه‌ها انتخاب شدند ولی فصل‌های کتاب، مقالات روزنامه‌ها، مجلات عمومی، گزارش‌ها و سرمقاله‌ها از فرایند جستجو خارج گردیدند. جدول ۳ معیارهای انتخاب شدن مقالات در مراحل بررسی از عنوان مقاله و چکیده مقاله تا متن کامل را تا رسیدن به مقالات نهایی به منظور تحلیل نشان می‌دهد.

جدول ۳. معیارهای انتخاب شدن و نشدن مقالات برای مرور نظام‌مند

معیارهای انتخاب شدن مقالات	معیارهای انتخاب نشدن مقالات
مرتبط با اشاعه دانش (اشتراک، تسهیم، توزیع، تبادل)	عدم ارتباط با اشاعه دانش (اشتراک، تسهیم، توزیع، تبادل)
مرتبط با شبکه‌های اجتماعی (رسانه، نرم‌افزار)	عدم ارتباط با شبکه‌های اجتماعی (رسانه، نرم‌افزار)
چاپ شده در فصلنامه‌های علمی داوری شده، کنفرانس‌ها، رساله‌های دکتری و پایان‌نامه‌ها	چاپ شده در فصل‌های کتاب، روزنامه‌ها، مجلات عمومی، گزارش‌ها
سال انتشار ۲۰۱۰ و جدیدتر از آن	سال انتشار قدیمی‌تر از ۲۰۱۰
زبان فارسی و انگلیسی	به غیر از زبان فارسی و انگلیسی

خروجی جستجوی نظام‌مند

روند جستجو و انتخاب مقالات همان‌گونه که در شکل ۱ نشان داده شده است به این شکل است که پس از جستجو در تمام پایگاه‌های ذکرشده انگلیسی و فارسی با کلمات کلیدی مرتبط و محدودیت سال انتشار ۴۵۷ مقاله مشخص گردید، تعداد ۶ مقاله نیز از طریق جستجوی دستی در گوگل اسکالر اضافه شد که جمع تمام مقالات یافت شده به تعداد ۴۶۳ مقاله رسید. بعد از آن، مقالات تکراری به تعداد ۲۱۰ مقاله مشخص و حذف گردید. دلیل وجود مقالات تکراری، نمایه شدن یک مقاله در چندین پایگاه داده بود. تعداد ۲۵۳ مقاله جهت بررسی عنوان و چکیده مشخص گردید. با بررسی عنوان و چکیده تمام مقالات مشخص شده، ۲۱۳ مقاله با توجه به معیارهای انتخاب مقالات (جدول ۳) به دلیل مرتبط نبودن با موضوع اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی، از روند بررسی مقالات خارج شدند. بنابراین، ۴۰ مقاله جهت بررسی متن کامل انتخاب شد. از این تعداد ۳ مقاله به دلیل دسترسی نداشتن به متن کامل بعد از چندین مرحله جستجو در پایگاه‌های داده مختلف از فرایند تحلیل خارج شدند. با توجه به جستجو در پایگاه‌های مقالات به زبان فارسی در ابتدا ۲۶ مقاله از ۲۵۳ مقاله به زبان فارسی استخراج شد که پس از ورود به فرایند بررسی چکیده و متن کامل، ۱۹ مقاله به دلیل

مرتبط نبودن با موضوع پژوهش از فرایند انتخاب خارج شدند و ۷ مقاله فارسی انتخاب شد. در نهایت، تعداد ۳۷ مقاله با توجه به معیارهای این پژوهش واجد شرایط تحلیل شدند.

استخراج داده‌ها

اطلاعات مقالات نهایی انتخاب شده در این مرور نظام‌مند در جداول استاندارد شده استخراج گردید. جدول ۴ مشخصات هر پژوهش را نشان می‌دهد که شامل موارد نویسنده، سال انتشار، هدف پژوهش، ابزار جمع‌آوری داده، نتیجه‌گیری و کلیدواژه‌ها است.

ارزیابی کیفیت تحقیقات

ارزیابی کیفی برای تمام مقالات انتخاب شده در مرور نظام‌مند انجام شد. اطلاعات ارزیابی کیفی تحلیل اعتبار و روایی یافته‌های هر کدام از تحقیقات و نتیجه‌گیری‌های آن را نشان می‌دهد (بتن، اوکس و الکساندر^۱، ۲۰۱۴). تعداد متفاوتی از چک‌لیست‌های بررسی کیفی وجود دارد. با این وجود، هیچ کدام از آن‌ها برای بررسی تمام انواع مرورهای نظام‌مند مناسب نیست (موجا و دیگران^۲، ۲۰۰۵) و مشخص کردن چک‌لیست قابل‌اعتماد که پژوهش‌ها با روش‌شناسی‌های مختلف را مورد بررسی قرار دهد، خود یک چالش است. به همین دلیل یک چک‌لیست کنترل کیفی پژوهش توسط بتن و دیگران (۲۰۱۴) تهیه گردید که می‌تواند علاوه بر پژوهش‌های کمی، آن‌هایی که از روش آمیخته و کیفی نیز استفاده کرده‌اند را مورد بررسی قرار دهد. این چک‌لیست ترکیبی از چک‌لیست تهیه شده توسط داونز و بلک^۳ (۱۹۹۸)، لاگ، پلات و ترگلیا^۴ (۲۰۰۰) و مؤسسه ملی ارتقای سلامت و درمان (۲۰۰۷) است. همچنین، چک‌لیست روش‌های آمیخته تهیه شده توسط سیریه، لوتون، گاردنر و آرمیتاژ^۵ (۲۰۱۲) نیز مورد استفاده قرار گرفت تا از وجود پرسش‌های ارزیابی مناسب در چک‌لیست اطمینان حاصل شود.

این چک‌لیست (پیوست ۱) از ۴۳ پرسش ایجاد شده که ۳۲ پرسش آن مربوط به پژوهش‌هایی بر پایه روش‌های کمی است. پژوهش‌های مبتنی بر روش آمیخته به وسیله ۴۳ پرسش بررسی می‌شود. به منظور مقایسه کیفیت پژوهش‌های مختلف از روش امتیازدهی برای هر ملاک استفاده شد. به این شکل که هر ملاک با یکی از سه پاسخ (۲ امتیاز) تا حدودی (۱ امتیاز) و خیر یا گزارش نشده (صفر امتیاز) مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. امتیازهای هر پژوهش بعد از جمع‌آوری تبدیل به درصد می‌شود تا امکان مقایسه مستقیم بین پژوهش‌ها باشد. نتیجه بررسی کیفی مقالات انتخاب شده برای این پژوهش در جدول بعد نشان داده شده است.

1. Batten, Oakes & Alexander

2. Moja & et al.

3. Downs & Black

4. Lage, Platt & Treglia

5. Sirriyeh, Lawton, Gardner & Armitage

جدول ورود مقالات

جدول ۴. مشخصات مقالات انتخاب شده برای مرور نظام‌مند

ردیف	نویسندگان	سال	هدف تحقیق	ابزار جمع‌آوری داده‌ها	نتیجه‌گیری (یافته‌ها)	کلیدواژه‌ها	نتیجه ارزیابی کیفی
۱	چن و هانگ	۲۰۱۰	بررسی عوامل تأثیرگذار بر اشتراک دانش اعضاء و ارتقاء جامعه در جوامع مجازی حرفه‌ای	پرسشنامه	هنجار تعامل متقابل، اعتماد بین فردی، خودکارآمدی اشتراک دانش و مزیت نسبی ادراک شده در تأثیرگذاری بر رفتارهای اشتراک دانش در جوامع مجازی تأثیرگذار است	اشتراک دانش، جوامع مجازی حرفه‌ای، کسب دانش	۶۵٪
۲	یو، لو و لیو	۲۰۱۰	بررسی عواملی تأثیرگذار بر رفتار اشتراک دانش از طریق وبلاگ‌ها	پرسشنامه	حس لذت بردن از کمک، فرهنگ اشاعه دانش و مفید بودن ارتباط بر رفتار اشاعه دانش تأثیر مثبتی دارد.	اشاعه دانش، رفتار، وبلاگ، فرهنگ اشاعه	۷۳٪
۳	چانگ و چوانگ	۲۰۱۱	میزان تأثیر سرمایه اجتماعی و انگیزه‌های فردی در اشاعه دانش	پرسشنامه	نوع دوستی، هویت بخشی، رفتار متقابل و زبان مشترک تأثیر مثبت و معنی‌دار بر اشاعه دانش دارند	سرمایه اجتماعی، اشتراک‌گذاری دانش، انگیزه‌های فردی، جامعه مجازی	۸۰٪
۴	فیشر و روبر	۲۰۱۱	چگونگی تأثیر ارتباطات در تویتر بر تفکر و رفتار مؤثر	مطالعات کتابخانه‌ای	تعاملات در شبکه‌های اجتماعی بر رفتار مؤثر تأثیر مثبت دارد	تعاملات، تویتر، رفتار مؤثر، شبکه‌های اجتماعی	۶۷٪
۵	کیم و بناسات	۲۰۱۲	بررسی میزان اثربخشی رفتارهای دانش‌جویانه نهفته در شبکه‌های اجتماعی	مطالعات کتابخانه‌ای	شبکه‌های اجتماعی رفتارهای دانش‌جویانه را افزایش می‌دهد	رفتار جستجوی دانش، شبکه اجتماعی، جستجوی دانش	۸۳٪
۶	چای و کیم	۲۰۱۲	بررسی عوامل مؤثر بر رفتارهای مشارکت دانش کاربران شبکه‌های اجتماعی	مطالعات کتابخانه‌ای	فرهنگ، پیوند اجتماعی و احساس تعلق از جمله عوامل تأثیرگذار بر اشاعه دانش است.	مشارکت دانش، کاربران، شبکه‌های اجتماعی	۶۷٪
۷	یان، دیویسون و مو،	۲۰۱۳	بررسی نقش جستجوی دانش، کمک به دانش و جریان تجربه در جوامع مجازی وب ۲.۰	پرسشنامه	جستجوی دانش می‌تواند منجر به یک وضعیت اشاعه دانش شود و می‌تواند منجر به خلاقیت در کار شود	جوامع مجازی، جستجوی دانش، وب ۲، خلاقیت	۸۷٪
۸	چانگ، ین، چیانگ و پارولیا	۲۰۱۳	بررسی تأثیر میزان مشارکت دانش در تیم‌های توسعه سیستم اطلاعات	مرور نظام‌مند	آگاهی از محل دانش، نقش مهمی در روابط بین دو انگیزه اجتماعی تجویز شده و سهم دانش ایفا می‌کند.	سیستم اطلاعات، اشتراک دانش، دانش	۸۰٪
۹	هانگ و چنگ	۲۰۱۳	بررسی رابطه بین اهداف اشاعه دانش و ادراکات کاربران فناوری.	پرسشنامه	نگاه مثبت یک فرد، مانند خوش‌بینی، نسبت به شاخص آمادگی فناوری بر پذیرش فناوری تأثیر مثبتی دارد.	اشتراک دانش، ادراکات، فناوری	۷۵٪

ردیف	نویسندگان	سال	هدف تحقیق	ابزار جمع‌آوری داده‌ها	نتیجه‌گیری (یافته‌ها)	کلیدواژه‌ها	نتیجه ارزیابی کیفی
۱۰	ماجنرکزک، فرج و آزاد	۲۰۱۳	تأثیر توانایی‌های شبکه‌های اجتماعی بر اشاعه دانش اشتراکی آنلاین	مرور نظام‌مند	شبکه‌های اجتماعی بر نحوه مشارکت افراد در مکالمه دانش تأثیر مثبت دارند.	شبکه اجتماعی، اشتراک‌گذاری دانش، توانایی	۸۶٪
۱۱	پی، چپو و لیو	۲۰۱۳	شناسایی عوامل تأثیرگذار بر قصد اشتراک دانش در فیس‌بوک	مصاحبه و پرسشنامه	شهرت، احساس ارزشمندی و فرهنگ از عواملی است که بر قصد اشتراک دانش تأثیر دارد.	اشتراک دانش، فیس‌بوک، قصد اشتراک	۸۳٪
۱۲	بلاسکو، هرماندز-اورتگا و خیمنز-مارتینز	۲۰۱۳	بررسی تأثیر فناوری‌های تعاملی بر رفتار مصرف‌کننده	پرسشنامه	مشارکت مشتریان از رابطه آن‌ها با شرکت حاصل نمی‌شود، بلکه از ارتباطات ایجاد شده در کانال با سایر مشتریان حاصل می‌شود.	مشتری، فناوری تعاملی، ارتباطات	۷۵٪
۱۳	استوارت و برایسون	۲۰۱۳	بررسی عوامل تأثیرگذار بر مشارکت داوطلبانه در مخازن دانش الکترونیکی در تنظیمات سازمانی	پرسشنامه	سازمان‌ها برای حفظ دانش خود استراتژی‌های متعددی را اعمال کرده‌اند که یکی از آن‌ها بهره‌برداری از مخازن دانش است.	مدیریت دانش، اشتراک دانش، عوامل اجتماعی، عوامل سازمانی	۸۷٪
۱۴	اوکازاکی و تیلور	۲۰۱۳	شناسایی مبانی نظری که می‌تواند در پژوهش در رسانه‌های اجتماعی در چارچوب تحقیقات تبلیغات بین‌المللی مورد استفاده قرار گیرد.	مطالعات کتابخانه‌ای	سه دیدگاه نظری کلیدی (قابلیت شبکه، قابلیت انتقال تصویر و توسعه‌پذیری شخصی) پتانسیل قوی برای درک بهتر مزایا و معایب استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای تبلیغ‌کنندگان را فراهم می‌کند.	تبلیغات، رسانه‌های اجتماعی	۸۰٪
۱۵	الیسون، گیبز و وبر	۲۰۱۵	بررسی نقش توانایی‌های سازمانی در استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی سازمانی برای به اشتراک‌گذاری دانش	پرسشنامه	سایت‌های شبکه‌های اجتماعی سازمانی می‌توانند سبب تسهیل اشتراک دانش شوند	رسانه‌های اجتماعی، سایت‌های شبکه اجتماعی سازمانی، اشتراک‌گذاری دانش	۸۵٪
۱۶	عمیدی، جوسوه، عبدالله، جابر و خالفا	۲۰۱۵	هدف از این مطالعه درک نقش مهم رسانه‌های اجتماعی در ارائه دانش ضمنی است	مرور نظام‌مند	رسانه‌های اجتماعی در انتشار دانش ضمنی در یک زمینه سازمانی کمک می‌کند و نقش فزاینده‌ای دارد.	رسانه‌های اجتماعی، دانش ضمنی، سازمان	۸۶٪
۱۷	پی و لی	۲۰۱۵	بررسی انگیزه ذاتی به اشتراک‌گذاری دانش آنلاین کارکنان	پرسشنامه	طراحی شغل که شرایط توسعه و عملکرد کارکنان را تعیین می‌کند، بر انگیزه درونی آن‌ها برای به اشتراک گذاشتن دانش تأثیر می‌گذارد	اشتراک دانش، آنلاین، انگیزه ذاتی	۷۶٪

ردیف	نویسندگان	سال	هدف تحقیق	ابزار جمع‌آوری داده‌ها	نتیجه‌گیری (یافته‌ها)	کلیدواژه‌ها	نتیجه ارزیابی کیفی
۱۸	پناهی، واتسون و پارتیج	۲۰۱۶	بررسی چگونگی تسهیل اشتراک دانش ضمنی در رسانه‌های اجتماعی	مصاحبه	مواجهه با اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی، ایجاد دانش ضمنی و به اشتراک گذاری دانش در بین افراد را تسهیل می‌کند	رسانه‌های اجتماعی، دانش ضمنی، پزشکان، پیام‌رسان توییتر	۸۶٪
۱۹	احمد، احمد و زکریا	۲۰۱۶	بررسی عواملی که اهداف اشتراک‌گذاری دانش داوطلبانه مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی را برای استفاده در مدیریت بلایا تسهیل می‌کنند	پرسشنامه	عوامل سازمانی، عوامل فردی و عوامل فناوری، با هفت متغیر زیرمجموعه حمایت مدیریت، پاداش سازمانی، خودکارآمدی دانش، اعتماد بین فردی، لذت از کمک به دیگران، سودمندی درک شده و درک سهولت استفاده، اشتراک‌گذاری دانش در رسانه‌های اجتماعی را تسهیل می‌کنند	مدیریت، اشتراک دانش، رسانه اجتماعی	۸۶٪
۲۰	کواک و پارک	۲۰۱۶	عوامل مؤثر بر فعالیت‌های اشتراک دانش در محیط‌های رسانه‌های اجتماعی سازمانی	پرسشنامه	خودکارآمدی دانش، پیوندهای تعامل اجتماعی و هنجار تعامل به طور مثبت بر فعالیت‌های اشتراک‌گذاری دانش در رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد.	اشتراک دانش، عملکرد شغلی، رسانه اجتماعی سازمانی	۸۰٪
۲۱	عمیدی، جوسوه و عبدالله	۲۰۱۷	تدوین مدلی برای تخصیص رسانه‌های اجتماعی به منظور تقویت به اشتراک‌گذاری دانش ضمنی مؤثر	مطالعات کتابخانه‌ای	ارتباط مهمی بین تنظیمات مجازی و تبدیل دانش ضمنی وجود دارد که بر اعضای سازمانی که به صورت فیزیکی در محل مشترک نیستند اما نیاز اساسی به اشتراک‌گذاری اطلاعات دارند، تأثیر می‌گذارد.	رسانه اجتماعی، اشتراک دانش، دانش ضمنی	۸۷٪
۲۲	ساراکا و اپسین	۲۰۱۷	ترسیم ادبیات فعلی در مورد اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی در رابطه با توسعه نرم‌افزار	مرور نظام مند	نرم‌افزار، اشاعه دانش، شبکه‌های اجتماعی		۷۸٪
۲۳	حسینی، ثقفی و آقایی	۲۰۱۹	ارزیابی عوامل مؤثر بر رفتار اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی موبایل	پرسشنامه	قصد به اشتراک‌گذاری دانش می‌تواند منجر به رفتار واقعی در شبکه‌های اجتماعی شود	شبکه‌های اجتماعی، رفتار اشتراک دانش، شبکه اجتماعی موبایل	۸۲٪
۲۴	لین، اکسو و وانگ	۲۰۲۰	بررسی چگونگی اشتراک دانش مصرف‌کننده در شبکه‌های اجتماعی	پرسشنامه	نتایج نشان می‌دهد که شناسایی و اعتماد جامعه رفتار اشتراک دانش مصرف‌کننده را در شبکه‌های اجتماعی تسهیل می‌کند	اشتراک دانش، شبکه‌های اجتماعی، شبکه	۸۴٪

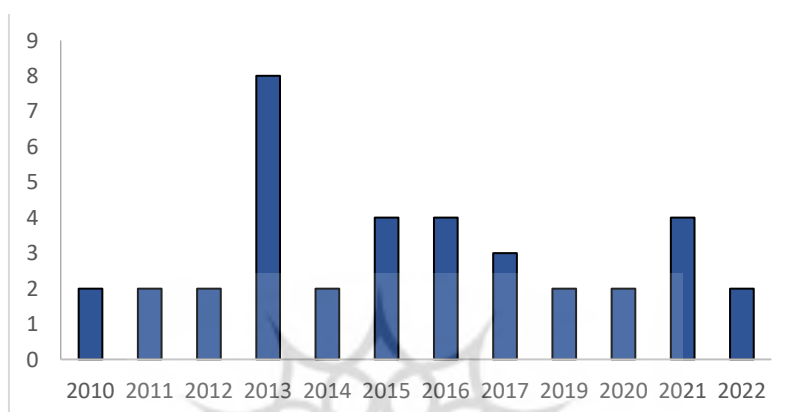
ردیف	نویسندگان	سال	هدف تحقیق	ابزار جمع‌آوری داده‌ها	نتیجه‌گیری (یافته‌ها)	کلیدواژه‌ها	نتیجه ارزیابی کیفی
۲۵	یائو، لی، سانگ و کرابی	۲۰۲۱	بررسی میزان به اشتراک‌گذاری دانش در توئیتر	علم‌سنجی	توئیتر تأثیر مثبتی در برانگیختن احساسات افراد و اشتراک دانش دارد	به اشتراک‌گذاری دانش، شبکه‌های اجتماعی، تحلیل احساسات	۸۳٪
۲۶	پناهی، قلاوند و صدقی	۲۰۲۱	چگونگی تسهیل مدیریت دانش توسط شبکه‌های اجتماعی	مرور نظام‌مند	شبکه‌های اجتماعی با حذف موانع اشتراک دانش و تسریع اشتراک دانش، به ویژه اشتراک‌گذاری مشترک، به شکل انعطاف‌پذیر جدیدی از ارتباط کاربر تبدیل شده‌اند	مدیریت دانش، شبکه‌های اجتماعی	۸۸٪
۲۷	احمد و دیگران	۲۰۲۱	بررسی عوامل مؤثر بر به اشتراک‌گذاری دانش بین دانش‌آموزان	پرسشنامه	فناوری اطلاعات از جمله شبکه‌های اجتماعی بر به اشتراک‌گذاری دانش بین دانش‌آموزان تأثیر مثبت دارد.	شبکه‌های اجتماعی، اشتراک دانش، فناوری	۸۷٪
۲۸	سنارتنه، جین و دنهام	۲۰۲۱	شناسایی فرایندهای اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی در سازمان‌های ساختمانی	پرسشنامه	شبکه‌هایی که بعد سرمایه اجتماعی رابطه‌ای را به تصویر می‌کشند، قوی‌ترین پیوندها برای اشتراک دانش هستند.	اشتراک‌گذاری دانش، مدیریت دانش، شبکه‌های اجتماعی	۷۸٪
۲۹	لطیفه، ستیوان، آریانی، سادالیا و رینانو	۲۰۲۲	بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی و اشتراک دانش بر نوآوری	پرسشنامه	اشتراک دانش و شبکه‌های اجتماعی به طور مستقیم بر نوآوری تأثیر می‌گذارد.	شبکه‌های اجتماعی، اشتراک دانش، نوآوری، سرمایه انسانی	۸۳٪
۳۰	ژو و دیگران	۲۰۲۲	بررسی میزان انتشار دانش در شبکه چندقابله با رسانه‌های اجتماعی سازمانی و مسیرهای انتقال آفلاین	پرسشنامه	شبکه‌های اجتماعی به نسبت مسیرهای انتقال آفلاین، تأثیر زیادی در انتشار دانش در سازمان دارند	انتشار دانش، رسانه‌های اجتماعی سازمانی	۷۹٪
۳۱	افجه، انتظاری و سادات مرتجی	۱۳۹۳	ارائه الگوی رفتار اشتراک دانش دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی	پرسشنامه	عوامل گروهی، عوامل فردی و عوامل محیطی بر اشتراک دانش دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی اثرگذار است	اشتراک دانش، فضای مجازی، شبکه اجتماعی، الگوی رفتار	۷۲٪
۳۲	الهی، ناصری، حسن‌زاده و روحانی	۱۳۹۳	معرفی مراحل، ویژگی‌ها و شاخص‌های مهم خلق و اشاعه دانش	پرسشنامه	شاخص‌های برتر که در خلق و اشاعه دانش اهمیت دارند عبارتند از: پادکست‌ها، ویکی‌ها، تعاملات اجتماعی، بلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی	اشاعه دانش، همکاری و یادگیری، ارتباطات	۷۵٪

ردیف	نویسندگان	سال	هدف تحقیق	ابزار جمع‌آوری داده‌ها	نتیجه‌گیری (یافته‌ها)	کلیدواژه‌ها	نتیجه ارزیابی کیفی
۳۳	انبارکی، جوکار و ابراهیمی	۱۳۹۵	توسعه راهبردهای بهبود اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی علمی پیوسته از طریق شناخت عوامل تأثیرگذار و بازدارنده بر تمایل اشاعه دانش در این شبکه‌ها	پرسشنامه	با ایجاد زمینه‌های آشنایی بیشتر پژوهشگران با این شاهراه‌های ارتباط علمی، می‌توان علاوه بر تشویق آنان به استفاده و اشاعه دانش بیش از پیش در شبکه‌های اجتماعی علمی پیوسته، سرعت تولید علم را افزایش داد.	اشتراک دانش، عوامل مشوق، عوامل بازدارنده، شبکه‌های اجتماعی علمی پیوسته	۸۶٪
۳۴	شکی، اصفهانی نیا و بای	۱۳۹۶	مطالعه اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اشاعه دانش و یادگیری کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان گلستان	پرسشنامه	استفاده از شبکه‌های اجتماعی در محیط کار می‌تواند موجب اشاعه دانش و یادگیری کارکنان شود.	تسهیم دانش، شبکه‌های اجتماعی، یادگیری کارکنان	۸۳٪
۳۵	تقی‌پناهی، نوکاربزی و دینانی	۱۳۹۸	شناخت مؤلفه‌های موفقیت تولید محتوا در شبکه اجتماعی اینستاگرام: پویش کیفی	تحلیل محتوی	توجه به مجموع مؤلفه‌ها، در کنار یکدیگر و به کارگیری راهکارهای بیان شده می‌تواند الگوی مناسبی برای موفقیت در تولید و اشاعه اطلاعات به دست دهد.	شبکه اجتماعی، تولید محتوا، اینستاگرام، اشتراک اطلاعات	۸۴٪
۳۶	فرهنگی، سعیدآبادی و آقایان	۱۳۹۹	ارائه مدلی برای اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی	مصاحبه	مفهوم مرکزی با عنوان بررسی اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته است. اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی به عوامل گوناگونی بستگی دارد که باید آن‌ها را شناسایی کرد.	دانش، تسهیم دانش، شبکه‌های اجتماعی، گراندد تئوری	۷۵٪
۳۷	بیرانوند و اکبرنژاد	۱۴۰۰	بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و ابعاد تئوری سرمایه اجتماعی بر اشاعه دانش	پرسشنامه	حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب ارتقاء تمایل دانشجویان به اشاعه دانش می‌گردد.	شبکه‌های اجتماعی مجازی، تسهیم دانش، تعامل دانشجویان	۸۰٪

یافته‌های پژوهش

پس از بررسی سیستماتیک، در نهایت در مجموع ۳۷ مقاله به عنوان مطالعات اولیه انتخاب شدند که در حوزه پژوهش در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش منتشر شدند. این ۳۷ مطالعه پس از ورود و اعمال معیارهای خروج، پس از ارزیابی کیفیت انتخاب گردیدند. نتایج نشان داد که ۳۴ مدرک مورد بررسی در مجلات علمی منتشر شده‌اند و سه مورد دیگر در همایش‌ها و کنفرانس‌های علمی ارائه شده بودند. این مطالعه، نشان داد که مقالات مجلات، محبوب‌ترین نوع انتشار و پس از آن مقالات کنفرانسی بودند.

موضوع انتشار «شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش» سابقه پژوهشی بسیار کوتاهی دارد. تصویر ۱ توزیع تمام مطالعات را در دوره ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ نشان می‌دهد. همان‌طور که در این تصویر مشاهده می‌شود، بیشترین انتشارات در این حوزه مربوط به سال ۲۰۱۳ و بعد از آن در سال ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ و ۲۰۲۱ بوده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تعداد مطالعاتی که بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش متمرکز شده‌اند به تدریج در حال افزایش است.



شکل ۱. تعداد انتشارات بر اساس سال (۲۰۲۲-۲۰۱۰)

روش‌شناسی‌های متعددی در پژوهش‌هایی که استفاده از شبکه‌های اجتماعی در اشاعه دانش را پوشش می‌دهند، از جمله روش‌های کمی و کیفی و ترکیبی استفاده شده است. همان‌طور که در تصویر ۲ نشان داده شده است، اکثر شبکه‌های اجتماعی برای مطالعات اشاعه دانش از روش کمی استفاده کرده‌اند و اکثر این مطالعات مبتنی بر پیمایش بوده‌اند. در یک مطالعه، هر دو روش کیفی و کمی با هم به عنوان ابزاری برای تکمیل یکدیگر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. از مجموع ۳۷ مطالعه، ۲۳ مطالعه از روش‌شناسی کمی و ۱۳ مطالعه از روش‌شناسی کیفی و ۱ مطالعه از روش ترکیبی استفاده کرده‌اند.



شکل ۲. توزیع روش‌شناسی پژوهش

پرسش اول پژوهش: چگونه شبکه‌های اجتماعی در فرایندهای مختلف اشاعه دانش به کار می‌روند؟

این بررسی نظام‌مند ادبیات نشان می‌دهد که برنامه‌های کاربردی شبکه‌های اجتماعی پیشرفته با معرفی پلتفرم‌های جدید که در آن صدها یا حتی هزاران نفر در مقیاس جهانی می‌توانند با یکدیگر تعامل داشته باشند و محتوا را به صورت آنلاین تولید کنند، ویژگی‌های منحصربه‌فردی را ارائه کرده‌اند (کواک و پارک، ۲۰۱۶). رسانه‌های اجتماعی به طور قابل توجهی به بخشی جدایی‌ناپذیر از فعالیت‌های اجتماعی امروزی تبدیل شده‌اند. این موضوع به شدت نحوه مشارکت کاربران در دانش عمومی را تغییر داده است و سبب شده است تا افراد تجربه خود را با دوستان، خانواده و بازار به اشتراک بگذارند (چانگ و چوانگ، ۲۰۱۱). شبکه‌های اجتماعی برای به اشتراک گذاری دانش در مقایسه با عملکردهای رسانه قدیمی و سنتی، فعالیت متمایزتری را شامل می‌شوند (پناهی، واتسون و پارتریج^۱، ۲۰۱۶؛ ژو و دیگران^۲، ۲۰۲۲؛ بیرانوند و اکبرنژاد، ۱۴۰۰). بر اساس این بررسی، سه فعالیت اصلی شناسایی شده‌اند که مکمل مزایای منحصربه‌فرد شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک گذاری دانش هستند و آن را از اشکال سنتی اشتراک دانش و ارتباطات رفتاری متمایز می‌کنند. این رفتارها شامل جستجوی دانش، اشاعه دانش و تعامل اجتماعی است.

جستجوی دانش

مردم به طور فزاینده‌ای به دنبال دانش یا اطلاعات، از طریق رسانه‌های اجتماعی، به نفع خود هستند. یک فرد با دانش متولد نمی‌شود و بنابراین فرآیند کسب دانش از دیگران، با توجه به تخصص آن‌ها، می‌تواند از طریق ارتباطات رسمی و غیررسمی حاصل شود (یان، دیویسون و مو، ۲۰۱۳؛ احمد، احمد و زکریا، ۲۰۱۶). برنامه‌های کاربردی رسانه‌های اجتماعی، مانند فیس‌بوک، وبلاگ‌ها و ویکی‌ها، همگی فعالیت‌های جستجوی دانش فردی را تقویت کرده‌اند. در اینجا افراد می‌توانند به اهداف مختلف شخصی یا سازمانی دست یابند یا به خدماتی مانند خدمات موجود در فضای مجازی دسترسی پیدا کنند، جایی که جویندگان دانش می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و به منابع دانش داخلی و خارجی که فراتر از مرزهای جغرافیایی آن‌ها هستند دسترسی داشته باشند (الیسون، گیبز و وبر^۳، ۲۰۱۵). رسانه‌های اجتماعی راهی را برای جویندگان دانش در سراسر جهان فراهم می‌کند تا در شبکه‌های خود پرسش‌هایی بپرسند یا به آن‌ها پاسخ دهند و به دنبال دانش مفید در مورد دیگران با علایق مشابه باشند (پناهی، واتسون و پارتریج، ۲۰۱۶).

1. Panahi, Watson & Partridge
2. Zhu & et al.
3. Ellison, Gibbs & Weber

عمل متداول رفتار جستجوی دانش، از طریق شبکه‌های اجتماعی، سه فعالیت اصلی مرتبط به هم را ترکیب می‌کند. این سه شامل (۱) نیاز به شناخت دانش است که منجر به (۲) فرآیندهای جستجوی دانش و سپس (۳) استفاده و اشتراک دانش می‌شود (کیم و بنباسات^۱، ۲۰۱۲).

اشاعه دانش

مردم به طور فزاینده‌ای به دنبال دانش یا اطلاعات، از طریق شبکه‌های اجتماعی هستند. فرد با دانش متولد نمی‌شود و بنابراین، فرآیند دستیابی به دانش می‌تواند از طریق ارتباطات رسمی و غیررسمی با دیگران به دست آید (کیم و بنباسات، ۲۰۱۲؛ یان، دیویسون و مو، ۲۰۱۳؛ احمد، احمد و زکریا^۲، ۲۰۱۶؛ ساراکا و ایپسن^۳، ۲۰۱۷؛ احمد و دیگران^۴، ۲۰۲۱؛ شکی، اصفهانی نیا و بای، ۱۳۹۷). نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که دستیابی به شبکه‌های اجتماعی برای فعالیت‌های اشتراک‌گذاری دانش، زمانی مهم است که افراد، دانش خود را در یک محیط کاری به اشتراک بگذارند. به این ترتیب، به افراد کمک می‌کند تا دانش جدید تولید کنند (چن و هانگ، ۲۰۱۰؛ چای و کیم، ۲۰۱۲؛ هانگ و چنگ، ۲۰۱۳)؛ از آنجایی که متخصصان بیشتری از شبکه‌های اجتماعی برای دستیابی و به اشتراک‌گذاری دانش استفاده می‌کنند، این سبب می‌شود تا متخصصان در محیط کار مؤثرتر واقع شوند و آن‌ها را قادر می‌سازد تا بتوانند در گردهمایی‌ها به روشی مؤثر به تعامل دانش بپردازند. (یو، لو و لیو^۵، ۲۰۱۰).

مشارکت دانش در شبکه‌های اجتماعی سبب می‌شود تا دانش از یک فرد به فرد دیگر منتقل شود و این سبب خلق ارزش می‌شود (چانگ، یین، چیانگ و پارولیا^۶، ۲۰۱۳). رسانه‌های اجتماعی به کاربران در شبکه‌ها این امکان را می‌دهد که به راحتی و به سرعت، دانش، ایده‌ها و مهارت‌های خود را با سایر کاربران در سراسر جهان انتقال دهند و به تبادل دانش بپردازند (پی، چپو و لیو^۷، ۲۰۱۳). شبکه‌های اجتماعی، رفتارهای کمک‌کننده دانش را در میان طیف وسیعی از کاربران یا بین دیگران افزایش می‌دهند، به گونه‌ای که دانش هر فرد را ارزیابی می‌کند (چای و کیم، ۲۰۱۲).

مزایای اقدامات مشارکتی که از طریق شبکه‌های اجتماعی انجام می‌شود و مشارکت جمعی دانش مردم، به اشکال مختلفی قابل مشاهده است. این‌ها می‌تواند شامل ارسال دانش، به ویژه آنچه که شخص می‌داند، اطلاعات مهم، یا چیزی که باید روی آن تمرکز کند و همچنین ارسال پاسخ‌های مفید به پرسش‌های مطرح

1. Kim & Benbasat

2. Ahmed, Ahmad & Zakaria

3. Sarka & Ipsen

4. Ahmad, Jameel & Raewf

5. Yu, Lu & Liu

6. Chang, Yen, Chiang & Parolia

7. Pi, Chou & Liao

شده در قالب راه‌حل، بازخورد یا نظرات باشد (احمد، احمد و زکریا، ۲۰۱۶). شبکه‌های اجتماعی به افرادی که وظایفشان بر دانش تکیه دارد، اجازه می‌دهد تا این منبع را جستجو، جمع‌آوری، مشارکت و مبادله کنند (ماجرزک، فرج و آزاد، ۲۰۱۳؛ ساراکا و اسپین، ۲۰۱۷).

تعامل اجتماعی

تعامل اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی به این معناست که افراد زمانی که احساس راحتی می‌توانند به تعامل اطلاعات با یکدیگر بپردازند (بلاسکو، هراندز-اورتگا و خیمنز-مارتینز^۱، ۲۰۱۳؛ ساراکا و اسپین، ۲۰۱۷). تعامل اجتماعی یکی از فعالیت‌های کلیدی محرک پویای جدید است که ناشی از ظهور شبکه‌های اجتماعی است که در نهایت منجر به ساخت بسترهای ارتباطی و تبادل دانش می‌شود (فیش و روبر، ۲۰۱۱). ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مربوط به تعامل اجتماعی عمدتاً شامل ارتباطات دوطرفه است که سبب تعامل اجتماعی می‌شود (اوکازاکی و تیلور^۲، ۲۰۱۳؛ شکی، اصفهانی نیا و بای، ۱۳۹۷). اجرای رو به رشد تعامل اجتماعی، از طریق شبکه‌های اجتماعی، نه تنها ساختار تبادل دانش بین افراد یا گروه‌ها را تغییر داده است، بلکه درک تعامل بین اعضای بخش تجاری و مشتریان آن را نیز تغییر داده است (بلاسکو، هراندز-اورتگا و خیمنز-مارتینز، ۲۰۱۳).

پرسش دوم پژوهش: هنگام استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش با چه چالش‌های کلیدی

روبه‌رو هستیم؟

نتایج این بررسی نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش با اشکال مختلف رفتار مرتبط هستند و پتانسیل غلبه بر چالش‌های مرتبط با استفاده از آن را دارند. (لین، اکسو و وانگ^۳، ۲۰۲۰؛ یائو، لی، سانگ و کرابی^۴، ۲۰۲۱، افجه، انتظاری و سادات مرتجی، ۱۳۹۴). به گفته عمیدی، جوسوه، عبدالله، جابر و خالفا^۵ (۲۰۱۷)، بزرگ‌ترین چالشی که ممکن است هنگام اشاعه دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی با آن مواجه شود، توزیع دانش ضمنی (مانند تجربیات، ایده‌ها و افکار) به اعضای سازمان است؛ بنابراین، دانش نگهداری‌شده توسط افراد، به عنوان بخشی از پایگاه دانش سازمان، فشرده‌تر و درونی می‌شود. از این منظر، تعدادی از چالش‌های کلیدی نیز ممکن است توسط افراد و سازمان‌ها مواجه شود. این ممکن است به تمایل به استفاده مجدد از دانش مدون، توزیع دانش در میان مرزهای کاربران آنلاین و ایجاد اعتماد بین فردی مرتبط باشد (چن و هانگ^۱، ۲۰۱۰؛ الهی، ناصری، حسن‌زاده و روحانی، ۱۳۹۴؛ انبارکی، جوکار و ابراهیمی، ۱۳۹۷).

1. Blasco, Hernandez-Ortega & Jimenez-Martinez

2. Okazaki & Taylor

3. Lin, Xu & Wang

4. Yao, Li, Song & Crabbe

5. Amidi, Jusoh, Abdullah, Jaber & khalefa

پژوهشگران نشان داده‌اند که مدیریت و اشاعه دانش پویا به دلایل متعددی که اغلب ذکر شده‌اند، از جمله ترس از دست دادن قدرت دانش و فقدان منفعت شخصی، کار بسیار دشواری است. چالش دیگر مربوط به هزینه‌ها و زمان مرتبط با کدگذاری دانش است. از نظر از بین رفتن قدرت دانش، دانش منحصربه‌فرد تلقی می‌شود و به عنوان قدرتی دیده می‌شود که ممکن است افراد ترجیح ندهند آزادانه آن را توزیع کنند. با توجه به منافع شخصی، همان کارمندان می‌توانند دانش خود را در صورتی که احساس کنند مزایای انجام این کار بیشتر از هزینه‌هاست، یا زمانی که نتایج انجام آن انتظارات آن‌ها را برآورده می‌کند، دانش خود را اشاعه دهند (پی و لی^۱، ۲۰۱۵؛ انبارکی، جوکار و ابراهیمی، ۱۳۹۷؛ فرهنگی، سعیدآبادی و آقایان، ۱۳۹۹).

به طور مشابه، چانگ و چوانگ^۲ (۲۰۱۱) اشاره کرده‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش در سازمان‌ها با ترکیبی از تلاش‌های شخصی برای جستجوی تعامل با دیگران و تمایل به کمک به یکدیگر انجام می‌شود؛ بنابراین، برخی از چالش‌های اصلی ممکن است به تمایل یک فرد برای درگیر شدن در یک رابطه، منافع شخصی از انجام آن، عدم اعتماد و ادراک از اولویت کم در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش مربوط باشد (حسینی، ثقفی و آقای^۳، ۲۰۱۹). علاوه بر این، استوارت و اوزی برایسون^۴ (۲۰۱۳) چالش‌هایی را که ممکن است بر مشارکت‌کنندگان دانش در یک محیط آنلاین تأثیر بگذارد، مطالعه کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که جو سازمانی، ماهیت دانش و فرهنگ و فقدان رهبری و هدایت مدیریتی، چالش‌های اصلی پشت توسعه و ارتقای چشم‌اندازی هستند که فرهنگ اشاعه دانش آنلاین را شکل می‌دهند.

جدول ۵. چالش‌های کلیدی در هنگام استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش

چالش‌های کلیدی	منابع
اشاعه دانش ضمنی هزینه‌های تدوین دانش عدم درک منافع شخصی ترس از دست دادن قدرت دانش تسهیم دانش فرامرزی فقدان رهبری و هدایت مدیریتی درک شده ایجاد اعتماد بین فردی تمایل به استفاده مجدد از دانش مدون عدم تمایل در به اشتراک گذاشتن دانش با دیگران انگیزه‌های فردی و سیستم‌های پاداش قصد اتخاذ ابزارهای جدید (مانند SM برای KS) پذیرش و مشارکت کم کاربر ادراک اولویت پایین، در مورد استفاده از SM برای KS	Amidi, Jusoh, Abdullah, Jabar & Khalefa. (2015), Pee and Lee (2015) Stewart and Osei-Bryson (2013), Chen and Hung (2010) Chang and Chuang (2011)

1. Pee & Lee

2. Chang & Chuang

3. Hoseini, Saghafi & Aghayi

4. Stewart & Osei-Bryson

پرسش سوم پژوهش: چه عواملی می‌تواند موفقیت پیاده‌سازی شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش را تعیین کند؟

اشاعه دانش به عنوان یکی از کارکردهای اصلی شبکه‌های اجتماعی در زمینه مدیریت دانش است (پناهی، قلاوند و صدقی، ۲۰۲۱). از نتایج بررسی نظام‌مند ادبیات، موفقیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عوامل متعددی بستگی دارد (تقی‌پناهی، نوکاریزی و دیانی، ۱۳۹۸؛ سناراتنه، جین و دنهام^۱، ۲۰۲۱؛ لطیفه، ستیوان، آریانی، سادالیا و ریانتو^۲، ۲۰۲۲):

- (الف) دسترسی: شبکه‌های اجتماعی با هزینه‌ای مقرون به صرفه برای عموم قابل دسترسی‌تر است.
 - (ب) قابلیت استفاده: استفاده از شبکه‌های اجتماعی نسبتاً آسان است زیرا به مهارت و آموزش خاصی نیاز ندارد.
 - (ج) واقعی بودن (بی‌واسطه): شبکه‌های اجتماعی می‌توانند واکنش سریع‌تر مخاطب را برانگیزند.
 - (د) دائمی: شبکه‌های اجتماعی می‌توانند بلافاصله جایگزین نظرات شوند یا ویرایش را آسان کنند.
- نتایج این بررسی نشان می‌دهد که دسترسی به شبکه‌های اجتماعی، قابلیت استفاده، بی‌واسطه بودن و دائمی بودن از جمله عواملی هستند که از شبکه‌های اجتماعی برای دستیابی بهتر به مدیریت دانش در اشاعه دانش حمایت می‌کنند.

نتیجه‌گیری

این مقاله بر اساس یک مرور ادبیات از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش انجام شده است. پس از انجام چندین مرحله در فرآیند نظام‌مند، ۳۷ مقاله انتخاب شدند که بر مفهوم شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش متمرکز بودند. نتایج حاصل از مطالعات اولیه منتخب، یک نمای کلی روشن و جامع از پژوهش فعلی را ارائه می‌دهد که بر اشاعه دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی متمرکز است و سه فعالیت اصلی کاربرد شبکه‌های اجتماعی را شناسایی می‌کند که شامل فرآیندهای: جستجوی دانش (چن و هانگ، ۲۰۱۰؛ یو، لو و لیو، ۲۰۱۰؛ چای و کیم، ۲۰۱۲؛ کیم و بنباسات، ۲۰۱۲؛ هانگ و چنگ، ۲۰۱۳؛ یان، دیویسون و مو، ۲۰۱۳؛ ماچرزاک، فرج، کین و آزاد، ۲۰۱۳؛ احمد، احمد و زکریا، ۲۰۱۶؛ ساراکا و اپسین، ۲۰۱۷؛ احمد و دیگران، ۲۰۲۱)؛ اشاعه دانش (کیم و بنباسات، ۲۰۱۲، یان، دیویسون و مو، ۲۰۱۳؛ احمد، احمد و زکریا، ۲۰۱۶؛ ساراکا و اپسین، ۲۰۱۷؛ احمد و دیگران، ۲۰۲۱) و تعامل اجتماعی (فیشر و روبر، ۲۰۱۱؛ بلاسکو، هراندز-اورتگا و خیمنز-مارتینز، ۲۰۱۳؛ اوکازاکی و تیلور، ۲۰۱۳؛ ساراکا و اپسین، ۲۰۱۷) است. همین‌طور عواملی که از شبکه‌های اجتماعی

1. Senaratne, Jin & Denham

2. Latifah, Setiawan, Aryani, Sadalia & Rianto

برای دستیابی بهتر به مدیریت دانش در اشاعه دانش حمایت می‌کنند شامل: دسترسی به شبکه‌های اجتماعی، قابلیت استفاده، بی‌واسطه بودن و دائمی بودن است (تقی‌پناهی، نوکاریزی و دیانی، ۱۳۹۸؛ پناهی، قلاوند و صدقی، ۲۰۲۱؛ سنارتنه، جین و دنهام، ۲۰۲۱؛ لطیفه، ستیوان، آریانی، سادالیا و ریانتو، ۲۰۲۲).

این مطالعه نشان می‌دهد که تعداد زیادی از مطالعات بر روی رفتارهای کاربران در رابطه با استفاده از شبکه‌های اجتماعی در اشاعه دانش و به دنبال آن استفاده‌ها، مزایا، پلتفرم‌ها و ابزارها متمرکز شده‌اند (چن و هانگ، ۲۰۱۰؛ یو، لو و لیو، ۲۰۱۰؛ چای و کیم؛ ۲۰۱۲؛ هانگ و چنگ، ۲۰۱۳؛ احمد، احمد و زکریا، ۲۰۱۶؛ حسینی، ثقفی و آقایی، ۲۰۱۹؛ لین، اکسو و وانگ، ۲۰۲۰؛ یائو، لی، سانگ و کراب، ۲۰۲۱؛ فرهنگی، سعیدآبادی و آقایان، ۱۳۹۹)؛ در حالی که نگرانی‌های مربوط به حفظ حریم خصوصی توجه تحقیقاتی کافی را به خود جلب نکرده است.

بیشترین انتشارات در این حوزه مربوط به سال ۲۰۱۳ و بعد از آن در سال ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ و ۲۰۲۱ است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تعداد مطالعاتی که بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش متمرکز شده‌اند به تدریج در حال افزایش است. اکثر مقالات مرور شده (۶۲٪) شامل مطالعات با رویکرد کمی بوده‌اند، در حالی که ۳۸ درصد شامل مطالعات رویکرد کیفی بوده‌اند. همچنین، این مطالعه نشان داد که مقالات مجلات، محبوب‌ترین نوع انتشار و پس از آن، مقالات کنفرانسی بودند.

بر اساس تجزیه و تحلیل دقیق ۳۷ مقاله انتخاب شده، نویسندگان شکاف‌ها و محدودیت‌های پژوهش را مورد بحث قرار دادند؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که این مطالعه خلاصه ارزشمندی را ارائه می‌کند و پژوهشگران و متخصصان را قادر می‌سازد تا به درک و بررسی کلی از پژوهش‌ها و موقعیت شبکه‌های اجتماعی در رابطه با مطالعات اشاعه دانش دست پیدا کنند. از آنجایی که استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اشاعه دانش هنوز یک زمینه پژوهشی جدید است، نتایج این بررسی می‌تواند به عنوان مرجعی برای سایر پژوهشگران در این زمینه باشد و زمانی که به دنبال مطالعه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در اشاعه دانش هستند، این پژوهش می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا موضوعات مرتبط را کشف کنند.

با این وجود، این بررسی دارای یک سری محدودیت است که خطوط آینده پژوهشی را نیز مشخص می‌کند. ابتدا، جستجوی ادبیات این مرور فقط با مقالات منتشرشده در دوره ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ انجام شد. با این حال، پژوهش در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در اشاعه دانش هنوز در مراحل اولیه است و انتشارات بیشتر ادامه خواهد داشت. بنابراین، پژوهش‌های آینده باید مطالعات در حوزه اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی که اخیراً منتشر شده را شامل شود؛ به ویژه با گسترش مداوم استفاده از شبکه‌های اجتماعی جدید برای اشاعه دانش، این امر به افزایش آگاهی متخصصان و پژوهشگران کمک خواهد کرد. همچنین در این بررسی، جستجوی

ادبیات خاکستری حذف شده است، زیرا شناسایی آن از طریق جستجوهای پایگاه داده دشوار است و در این بررسی فقط مطالعات نمایه شده در پایگاه‌های اطلاعاتی ذکر شده، در نظر گرفته شد؛ از این رو، این مطالعه تصدیق می‌کند که گنجاندن ادبیات خاکستری در بررسی می‌تواند اعتبار نتایج این پژوهش را بیشتر بهبود بخشد.

اگرچه این مطالعه، اشاعه دانش در شبکه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار داده است، اما عوامل اصلی را که می‌تواند سبب خلق ارزش از فرایند اشاعه دانش شود را مورد بررسی قرار نداده است. ارزش‌آفرینی از اشاعه دانش در بستر شبکه‌های اجتماعی یک موضوع پیچیده و چندوجهی است. زمانی که از منظر کسب و کار به این موضوع نگاه کنیم، لایه‌های مختلفی به پیچیدگی موجود افزوده می‌شود. حضور بنگاه‌ها و مجموعه‌های کسب و کار در شبکه‌های اجتماعی با اشاعه حجم بالایی از دانش همراه است؛ اما در نبود یک مدل عملیاتی، ارزش‌آفرینی حداکثری نیز حاصل نمی‌شود. با توجه به اهمیت ارزش‌آفرینی از فرایند اشاعه دانش، پیشنهاد می‌شود که پژوهشی در این خصوص صورت گیرد و با شناسایی مؤلفه‌های اشاعه ارزش‌آفرین دانش در شبکه‌های اجتماعی، مدلی تدوین شود.

سپاسگزاری

نگارندگان از همه داوران ارجمند این مقاله، به خاطر مطالعه متن حاضر و ارائه نظرهای ارزشمند سپاسگزاری و قدردانی می‌کنند.

منابع

- افجه، علی اکبر؛ انتظاری، اردشیر؛ سادات مرتجی، نجمه (۱۳۹۴). الگوی رفتار اشتراک دانش در شبکه اجتماعی. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۲۲ (۷۱)، ۹۰-۱۲۵.
- الهی، شعبان؛ ناصری، محسن؛ حسن‌زاده، علیرضا؛ روحانی، عاطفه (۱۳۹۴). تدوین چارچوب خلق و اشاعه دانش برای مدیریت دانش در سازمان. *پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۱ (۲)، ۴۰۷-۴۳۰.
- انبارکی، سحر؛ جوکار، عبدالرسول؛ ابراهیمی، سعیده (۱۳۹۷). شناخت عوامل مشوق و بازدارنده تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی علمی پیوسته. *پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۳ (۳)، ۹۷۷-۹۹۸.
- بیرانوند، علی؛ اکبرنژاد، رضا (۱۴۰۰). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تسهیم دانش و تعامل دانشجویان در آموزش عالی (مورد مطالعه: دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور). *پژوهشنامه کتابداري و اطلاع‌رسانی*، ۱۱ (۲)، ۳۷۲-۳۹۲.
- تقی پناهی، فاطمه؛ نوکاربیزی، محسن؛ دیانی، محمدحسین (۱۳۹۸). شناسایی مؤلفه‌های موفقیت تولید محتوا در شبکه اجتماعی اینستاگرام: پویش کیفی. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۵ (۳)، ۴۳۱-۴۵۶.
- شامی زنجانی، مهدی؛ تبار شهری، محمدقاسم (۱۳۹۳). ارائه مدلی برای موفقیت تسهیم دانش ۲ (تسهیم دانش اجتماعی) در سازمان‌ها. *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۲۹ (۴)، ۹۰۳-۹۳۰.

شکی، فاطمه؛ اصفهانی نیا، اکرم؛ بای، ناصر (۱۳۹۷). اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تسهیم دانش و یادگیری کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان گلستان. *مطالعات مدیریت ورزشی*، ۱۰ (۵۲)، ۲۴۸-۲۲۹.

فرهنگی، علی اکبر؛ سعیدآبادی، محمدرضا؛ آقایان، سمیه (۱۳۹۹). تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی: ارائه مدل پارادایمی بر اساس نظریه گراند تئوری. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۶ (۵۹)، ۱۸۵-۱۵۵.

References

- Afjeh, A.A., Enteziri, A., & Sadat Morteji, N. (2014). Behavior model of knowledge sharing in social network. *Social Science Quarterly*, 22(71), 125-90. (in Persian)
- Ahmad, A. R., Jameel, A. S., & Raewf, M. (2021). Impact of Social Networking and Technology on Knowledge Sharing among Undergraduate Students. *International Business Education Journal*, 14(1), 1-16.
- Ahmed, A., Nazirahmad, M., Ahmad, N., & Zakaria, H. (2019). Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review. *Telematics and Informatics*, 37, 72-112.
- Ahmed, Y. A., Ahmad, M. N., & Zakaria, N. H. (2016). Towards Exploring Factors That Influence Social Media- Based Knowledge sharing Intentions in Disaster Management. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 88(3), 487.
- Akhavan, P., & Hosseini, M. (2015). Social capital, knowledge sharing, and innovation capability: an empirical study of R&D teams in Iran. *Technology Analysis & Strategic Management*, 28(1), 96-113.
- Amidi, A., Jusoh, Y. Y., Abdullah, R. H., Jabar, M. A., & Khalefa, M. S. (2015). An overview on leveraging social media technology for uncovering tacit knowledge sharing in an organizational context. *Paper presented at the 2015 9th Malaysian Software Engineering Conference*, 266-271.
- Amidi, A. J., Jusoh, Y. Y., & Abdullah, R. (2017). Appropriation of social media for fostering effective tacit knowledge sharing: Developing conceptual model. *Journal of Physics: Conference Series*, 892(1).
- Anbarki, S., Jokar, A. R., & Ebrahimi, S. (2017). Knowing the encouraging and inhibiting factors of knowledge sharing in continuous scientific social networks. *Information Processing and Management*, 33(3), 977-998. (in Persian)
- Babcock, P. (2004). Shedding light on knowledge management. *HR Magazine*, 49(5), 46-51.
- Balakrishnan, V., & Gan, C. L. (2016). Students' learning styles and their effects on the use of social media technology for learning. *Telematics and Informatics*, 33(3), 808-821.
- Batten, G., Oakes, P. M., & Alexander, T. (2014). Factors associated with social interactions between deaf children and their hearing peers: A systematic literature review. *Journal of Deaf Studies and Deaf Education*, 19(3), 285-302.
- Becerra, F., Gonzalez, A., & Sabherwal, R. (2004). *Knowledge Management: Challenges, Solutions, and Technologies*, V. 1. Pearson/Prentice Hall: United Kingdom.
- Behringer, N., & Sassenberg, K. (2015). Introducing social media for knowledge management: Determinants of employees' intentions to adopt new tools. *Computers in Human Behavior*, 48, 290-296.

- Bilgihan, A., Barreda, A., Okumus, F., & Nusair, K. (2016). Consumer perception of knowledge-sharing in travelrelated Online Social Networks. *Tourism Management*, 52, 287-296.
- Biranvand, A., & Akbarnejad, R. (1400). The role of virtual social networks in knowledge sharing and student interaction in higher education (case study: graduate students of Payam Noor University). *Library and Information Research Journal*, 11(2), 372-392. (in Persian)
- Blasco-Arcas, L., Hernandez-Ortega, B., & Jimenez-Martinez, J. (2013). Adopting television as a new channel for e-commerce. The influence of interactive technologies on consumer behavior. *Electronic Commerce Research*, 13(4), 457-475.
- Busalim, A., & CheHussin, R. (2016). Understanding social commerce: A systematic literature review and directions for further research. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1075-1088.
- Chai, S., & Kim, M. (2012). A socio-technical approach to knowledge contribution behavior: an empirical investigation of social networking sites users. *Int. J. Inf. Manage*, 32(2), 118-126.
- Chang, H., & Chuang, S. S. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information & Management*, 48(1), 9-18.
- Chang, K. C., Yen, H. W., Chiang, C. C., & Parolia, N. (2013). Knowledge contribution in information system development teams: an empirical research from a social cognitive perspective. *Int. J. Project Manage*, 31(2), 252-263.
- Chen, C. J., & Hung, S. W. (2010). To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities. *Information & Management*, 47(4), 226-236.
- Dekker, R., & Bekkers, V. (2015). The contingency of governments' responsiveness to the virtual public sphere: A systematic literature review and meta-synthesis. *Government Information Quarterly*, 32(4), 496-505.
- Downs, S. H., & Black, N. (1998). The feasibility of creating a checklist for the assessment of the methodological quality both of randomised and non-randomised studies of health care interventions. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 52(6), 377-384.
- Edwards, D., Cheng, M., Wong, A.I., Zhang, J., & Wu, Q. (2017) Ambassadors of Knowledge Sharing: Co-Produced Travel Information through Tourist-Local Social Media Exchange. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29, 690-708.
- Elahi, S., Naseri, M., Hassanzadeh, A., & Rouhani, A. (2014). Formulation of knowledge creation and dissemination framework for knowledge management in the organization. *Information Processing and Management*, 31(2), 407-430. (in Persian)
- Ellison, N. B., Gibbs, J. L., & Weber, M. S. (2015). The use of enterprise social network sites for knowledge sharing in distributed organizations: The role of organizational affordances. *American Behavioral Scientist*, 59(1), 103-123.
- Farhangi, A. A., Saeedabadi, M. R., & Aghayan, S. (2019). Knowledge sharing in social networks: providing a paradigm model based on grounded theory. *Cultural and Communication Studies*, 16(59), 155-185. (in Persian)

- Fischer, E., & Reuber, A. R. (2011). Social interaction via new social media: (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior? *Journal of Business Venturing*, 26(1), 1-18.
- Hajli, M., & Hajli, F. (2013). ESTABLISHING TRUST IN SOCIAL COMMERCE THROUGH SOCIAL WORD OF MOUTH. *International Journal of Information Science and Management*, 39-54.
- Hammersley, M. (2001). On'systematic'reviews of research literatures: a'narrative'response to Evans & Benefield. *British Educational Research Journal*, 27(5), 543-554.
- Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265-273.
- Hemsley, J., & Mason, M. R. (2013). Knowledge and Knowledge Management in the Social Media Age. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 23(2), 138-167.
- Hoarau, H., & Kline, C. (2014). Science and industry: Sharing Knowledge for innovation. *Annals of Tourism Research*, 46, 44-61.
- Hoseini, M., Saghafi, F., & Aghayi, E. (2019). A multidimensional model of knowledge sharing behavior in mobile social networks. *Kybernetes*, 48(5), 906-929.
- Hun Kim, T., & Benbasat, I. (2012). Effectiveness of Knowledge Seeking Behaviors Embedded in Social Networks: A Perspective of Individuals in Workplaces. *45th Hawaii International Conference on System Sciences*. Maui, HI, USA, 3848-3857.
- Hung, S. W., & Cheng, M. J. (2013). Are you ready for knowledge sharing? An empirical study of virtual communities. *Comput. Educ.* 62, 8-17.
- Kane, G. C. J., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2014). Moving beyond marketing: Generating social business value across the enterprise. *MIT Sloan Management Review*, 56(1), 1.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). The fairyland of Second Life: Virtual social worlds and how to use them. *Business Horizons*, 52(6), 563-572.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kormin, K., & Baharun, R. (2016). Social media and Relationship Marketing Strategies of Malaysian Car Brands. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(46).
- Kulakli, A., & Mahony, S. (2014). Knowledge creation and sharing with Web 2.0 tools for teaching and learning roles in so-called University 2.0. *10th International Strategic Management Conference*.
- Kumi, R., & Sabherwal, R. (2018). Knowledge Sharing Behavior in Online Discussion Communities: Examining Behavior Motivation from Social and Individual Perspectives. *Knowledge and Process Management*, 26, 110-122.
- Kuzu, O. H., & Ozilhan, D. (2014). The Effect of employee relationships and knowledge sharing on employee's performance: an empirical research on service industry. *Procedia Social and Behavioural Sciences*, 109, 1370-1374.

- Kwahk, K. Y., & Park, D. H. (2016). The effects of network sharing on knowledge-sharing activities and job performance in enterprise social media environments. *Comput. Hum. Behav*, 55(B), 826–839.
- Lage, M. J., Platt, G. J., & Treglia, M. (2000). Inverting the classroom: A gateway to creating an inclusive learning environment. *The Journal of Economic Education*, 31(1), 30-43.
- Lam, H. K., Yeung, A. C., & Cheng, T. E. (2016). The impact of firms' social media initiatives on operational efficiency and innovativeness. *Journal of Operations Management*, 47, 28-43.
- Latifah, L., Setiawan, D., Aryani, Y. A., Sadalia, I., & Rianto, M. N. (2022). Human Capital and Open Innovation: Do Social Media Networking and Knowledge Sharing Matter? *Open Innov. Technol. Mark. Complex*, 8(116), 1-14.
- Lin, C. P. (2007). To share or not to share: modeling tacit knowledge sharing, its mediators and antecedents. *Journal of Business Ethics*, 70(4), 411–428.
- Lin, T., Wu, S., & Lu, C. (2012). Exploring the affect factors of knowledge sharing behavior: The relations model theory perspective. *Expert Systems with Applications*, 39(1), 751-764.
- Lin, X., Xu, X., & Wang, X. (2020). Users' Knowledge Sharing on Social Networking Sites. *Journal of Computer Information Systems*, 62(1), 118-127.
- Majchrzak, A., Faraj, S., Kane, G. C., & Azad, B. (2013). The contradictory influence of social media affordances on online communal knowledge sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 38-55.
- Maoa, H., Liub, S., Zhangc, J., & Deng, Z. (2016). Information technology resource, knowledge management capability, and competitive advantage: The moderating role of resource commitment. *International Journal of Information Management*, 36, 1062-1074.
- Meenan, C., King, A., Toland, C., Daly, M., & Nagy, P. (2010). Use of a Wiki as a Radiology Departmental Knowledge Management System. *National Library of Medicine*, 23(2), 142-151.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., Altman, D., Antes, G., & Clark, J. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement (Chinese edition). *Journal of Chinese Integrative Medicine*, 7(9), 889-896.
- Moja, L. P., Telaro, E., D'Amico, R., Moschetti, I., Coe, L., & Liberati, A. (2005). Assessment of methodological quality of primary studies by systematic reviews: results of the metaquality cross sectional study. *bmj*, 330(7499), 1053.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2007). The knowledge-creating company. *Harvard Business Review*, 85(7/8), 162.
- Nonaka, I. B., Chester, P., & Naboru C. K. (1994). Organizational knowledge creation theory: a first comprehensive test. *International Business Review*, 5(1), 14-37.
- Okazaki, S., & Taylor, C. R. (2013). Social media and international advertising: theoretical challenges and future directions. *International Marketing Review*, 30(1), 56-71.
- Okazaki, S. A., & Campo, L. S. (2017). Knowledge sharing among tourists via social media: a comparison between facebook and tripadvisor. *International Journal of Tourism Research*, 19(1), 107-119.

- Osatuyi, B. (2013). Information sharing on social media sites. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2622-2631.
- Panahi, S., Ghalavand, H., & Sedghi, S. (2021). How Social Media Facilitates the Knowledge Management Process: A Systematic Review. *Journal of Information & Knowledge Management*, 20(4).
- Panahi, S., Watson, J., & Partridge, H. (2016b). Information encountering on social media and tacit knowledge sharing. *Journal of Information Science*. 42(4), 539-550.
- Park, J., & Gabbard, J. L. (2018). Factors that affect scientists' knowledge sharing behavior in health and life sciences research communities: Differences between explicit and implicit knowledge. *Computers in Human Behavior*, 78, 326-335.
- Paroutis, S., & Saleh, A. (2009). Determinants of knowledge sharing using Web 2.0 technologies. *Journal of Knowledge Management*, 13(4), 52-63.
- Paulin, D., & Suneson, K. (2015). Knowledge transfer, knowledge sharing and knowledge barriers—three blurry terms in KM. *Leading Issues in Knowledge Management*, 2(2), 73.
- Pee, L. & Lee, J. (2015). Intrinsically motivating employees' online knowledge sharing: Understanding the effects of job design. *International Journal of Information Management*, 35(6), 679-690.
- Petticrew, M., & Roberts, H. (2008). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. John Wiley & Sons.
- Pi, S. M., Chou, C. H., & Liao, H. L. (2013). A study of Facebook Groups members' knowledge sharing. *Comput. Hum. Behav.* 29(5), 1971-1979.
- Razmerita, L. K., & Sudzina, F. (2009). Personal knowledge management: The role of Web 2.0 tools for managing knowledge at individual and organisational levels. *Online Information Review*, 33(6), 1021-1039.
- Šajeva, S. (2014). Encouraging Knowledge Sharing among Employees: How Reward Matters. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 156(26), 130-134.
- Sanchez, J. H., Sanchez, Y. H., Collado-Tuiz, D., & Cebrian-Tarrason, D. (2013). Knowledge creating and sharing corporate culture framework. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 74, 388-397.
- Sarka, P., & Ipsen, C. (2017). Knowledge sharing via social media in software development: a systematic literature review. *Knowledge Management Research & Practice*, 15(4), 594-609.
- Sedighehm, M. M., & Ainin S. J. E. K. (2018). Effect of trust and perceived reciprocal benefit on students knowledge sharing via FB and Academic performance. *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 16(1), 23-35.
- Senaratne, S., Jin, X., & Denham, K. (2021). Knowledge sharing through social networks within construction organisations: case studies in Australia. *International Journal of Construction Management*, DOI: 10.1080/15623599.2021.1966578
- Shaki, F., Esfahani Nia, A., & Bay, N. (2017). The effect of using social networks on knowledge sharing and learning among employees of sports and youth departments in Golestan province. *Sports Management Studies*, 10(52), 229-248. (in Persian)

- Shami Zanjani, M., & Tabar Shahri, M. Q. (2013). Presenting a model for the success of knowledge sharing 2 (social knowledge sharing) in organizations. *Journal of Information Processing and Management*, 29(4), 903-930. (in Persian)
- Shen, H., & Guangyan, W. (2017). Can dynamic knowledge-sharing activities be mirrored from the static online social network in Yahoo. Answers and how to improve its quality of service? *IEEE Transactions on Systems, Man & Cybernetics. Systems*, 47(12), 3363-3376. <https://doi.org/10.1109/TSMC.2016.2580606>.
- Sirriyeh, R., Lawton, R., Gardner, P., & Armitage, G. (2012). Reviewing studies with diverse designs: the development and evaluation of a new tool. *Journal of Evaluation in Clinical Practice*, 18(4), 746-752.
- Solek-Borowska, C. (2017). Knowledge creation processes in small and medium enterprises: A Polish perspective. *Knowledge Management*, 5(2), 61-75.
- Stewart, G., & Osei-Bryson, K. M. (2013). Exploration of factors that impact voluntary contribution to electronic knowledge repositories in organizational settings. *Knowledge Management Research & Practice*, 11(3), 288-312.
- Taghi Panahi, F., Nokarizi, M., & Dayani, M. H. (2018). Identifying the components of content production success in the Instagram social network: a qualitative survey. *Information Research and Public Libraries*, 25(3), 431-456. (in Persian)
- Tondeur, J., Van Braak, J., Sang, G., Voogt, J., Fisser, P., & Ottenbreit- Leftwich, A. (2012). Preparing pre-service teachers to integrate technology in education: A synthesis of qualitative evidence. *Computers & Education*, 59(1), 134-144.
- Trivellasa, P., Akrivoulis, Z., Tsiforab, E., & Tsoutsab, P. (2015). The Impact of Knowledge Sharing Culture on Job Satisfaction in Accounting Firms. The Mediating Effect of General Competencies. *Procedia Economics and Finance*, 19, 238-247.
- Wee, C. N. & Chua, Y. K. (2013). The peculiarities of knowledge management processes in SMEs: the case of Singapore. *Journal of Knowledge Management*, 17(6), 958-972.
- Yan, Y., Davison, R. M., & Mo, C. (2013). Employee creativity formation: The roles of knowledge seeking, knowledge contributing and flow experience in Web 2.0 virtual communities. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 1923-1932.
- Yang, J. T. (2007). Individual attitudes and organizational knowledge sharing. *Tourism Management*, 29(2), 345-353.
- Yao, P., Li, R.Y., Song, L., & Crabbe, M. (2021). Construction safety knowledge sharing on Twitter: A social network analysis. *Safety Science*, 143.
- Yates, D., & Paquette, S. (2011). Emergency knowledge management and social media technologies: A case study of the 2010 Haitian earthquake. *International Journal of Information Management*, 31(1), 6-13.
- Yu, T. K., Lu, L. C., & Liu, T. F. (2010). Exploring factors that influence knowledge sharing behavior via weblogs. *Comput. Hum. Behav*, 26(1), 32-41.
- Zaim, H. (2006). Knowledge Management Implementation in IZGAZ. knowledge management. *Journal of Economic and Social Research*, 8(2), 1-25.

- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Manage*, 10, 27–36.
- Zhu, H., Wang, Y., Yan, X., & Jin, Z. (2022). Research on knowledge dissemination model in the multiplex network with enterprise social media and offline transmission routes. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 587.

