



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

از یادگیری-الکترونیکی تا یادگیری اجتماعی: پیمایش توسعه مطالعات در مورد

مدیریت دانش با حمایت رسانه های اجتماعی

چکیده

رسانه های اجتماعی

رسانه های اجتماعی، چالش های بزرگ و فرصت های فوق العاده ای را برای یادگیری سازمانی به همراه آورده اند. با پشتیبانی رسانه های اجتماعی، سازمان ها می توانند فرایند مدیریت دانش در شرکت (به عنوان مثال، به اشتراک گذاری دانش) را تسهیل کنند و سپس کارکنان را به ترویج رفتارهای یادگیری مشارکتی از یادگیری الکترونیکی تا یادگیری اجتماعی تشویق نمایند. یک روند قابل توجه در مطالعات اخیر، تعداد نشریات در مورد رسانه های اجتماعی با پشتیبانی از-مدیریت دانش (SMKM) می باشد که در حال افزایش است. با این حال مطالعات اس ام کا ام اقبلی به خوبی با ترکیب کار هر دوی محققان در مطالعه رسانه های اجتماعی و مطالعه کا ام^۲ (که از یادگیری سازمانی پشتیبانی می کند) به تصویر کشیده نشده است. با استفاده از سایت اسپیس^۳، این مقاله، مراجع مهمی را بررسی می کند که منجر به روندهای توسعه اس ام کا ام^۴ شده اند. نویسندگان این مراجع در این زمینه و موضوعات داغ تمام مقالات مرتبط بسیار مؤثر بوده اند. روش مطالعه اس ام کا ام^۵ با توجه به تجسم مراجع و موضوعات مورد بررسی قرار گرفت. علاوه بر این، دو گروه مهم - موضوعات از اس ام^۶ و از مطالعه کا ام^۷ به ترتیب برای مقایسه و توسعه آنها به منظور نشان دادن ترکیب، جدایی و روابط دیگر بین آنها مورد مطالعه قرار گرفتند. در نهایت، داغترین روند و موضوعات در این سال های اخیر و آینده برای ارائه کمک به کار در آینده مورد بحث قرار گرفت.

کلمات کلیدی: رسانه های اجتماعی-مدیریت دانش-CiteSpace- تحلیل مبتنی بر-نقل قول

1 SMKM

2 KM

3 CiteSpace

4 SMKM

5 SMKM

6 Social Media

7 SMKM

1. مقدمه

مدیریت دانش (KM) به مجموعه ای از فعالیت های سازمانی برای دستیابی به اهداف سازمانی با ساخت بهترین استفاده از دانش اشاره می کند (گراف و جونز^۱، 2012). کا ام^۲ برای یادگیری سازمانی مهم است، زیرا فرآیندهای دانش (به عنوان مثال، کسب، به اشتراک گذاری، و اعمال دانش) می توانند از فرایندهای سازمانی شامل یادگیری فردی و یادگیری جمعی (کینگ^۳، 2009; کینگ^۴، چانگ^۵ & هانی^۶، 2008) حمایت کنند. به تازگی، تحقیقات بیشتر و بیشتر تمرکز بر روی رابطه بین رسانه های اجتماعی و دانش را آغاز نموده اند که می تواند یادگیری سازمانی، اعم از یادگیری الکترونیکی تا یادگیری اجتماعی (ما و چان^۷، 2014) را بهبود بخشد. این موضوعات شامل تسهیل کا ام^۸ با استفاده یا عدم استفاده از رسانه های اجتماعی و یا تاثیر منفی یا غیرمنفی استفاده از رسانه های اجتماعی بر کا ام^۹ در جهت معکوس می شود. طبق مطالعه نوناکا^{۱۰} از 1991، کا ام^{۱۱} از مطالعه در زمینه های مدیریت گرفتن و کار، سیستم های اطلاعات، مدیریت و کتابداری و اطلاع رسانی نوناکا^{۱۲}؛ 1991، و نوناکا^{۱۳} وان کروگ^{۱۴} (2009) تأثیر داشته است.

با این حال، اخیراً، زمینه های دیگر در مطالعه دانش سهیم شده اند. رسانه های اجتماعی در این زمینه (بلینگر^{۱۵} 2013) گنجانده شده اند. رسانه اجتماعی، تعامل اجتماعی در میان مردم برای ایجاد، اشتراک گذاری و یا تبادل

1 Groff & Jones

2 SMK

3 king

4 king

5 chung

6 Haney

7 Ma & chan

8 SMK

9 SMK

10 Nonaka

11 SMK

12 Nonaka

13 Nonaka

14 von Krogh

15 Bellinger

اطلاعات و ایده ها در جوامع مجازی و شبکه است (B, الکویست^۱, ck, هالونن^۲, و هینونن^۳ 2008). آندریاس کاپلان^۴ و مایکل هانلین^۵ رسانه اجتماعی را به عنوان "یک گروه از برنامه های مبتنی بر اینترنت که بر اساس پایه های ایدئولوژیک و فن آوری وب 2.0^۶ ساخته می شوند و ایجاد و تبادل محتوای ایجاد شده توسط کاربر را میسر می سازند" تعریف نموده اند. (کاپلان^۷ و میشل^۸, 2010). در همین حال، رسانه های اجتماعی از بسیاری جهات، از جمله کیفیت، دسترسی، تعداد استفاده، قابلیت استفاده، مستقیم و بی واسطه بودن، و تداوم نسبت به رسانه های سنتی و یا صنعتی (مورگان^۹, جونز^{۱۰} و هوگز^{۱۱}) بهتر عمل نموده اند. بر این اساس، توجه بیشتر و بیشتر به رابطه بین رسانه های اجتماعی و دانش معطوف شد.

در سال 1973، (1973) گرانووتر^{۱۲}، کار تاثیرگذار خود، "قدرت روابط ضعیف" را منتشر نمود. در این کار، آنها شبکه اجتماعی را تجزیه و تحلیل نمودند و نشان داده شد که شبکه اجتماعی، یک ابزار برای تقویت روابط ضعیف است. تاثیر قدرت روابط ضعیف در انتشار اطلاعات مورد بررسی قرار گرفت. نوناکا^{۱۳} دریافت که "هر سازمان که به صورت پویا با محیط در حال تغییر سروکار دارد، نه تنها باید اطلاعات را به نحو موثر پردازش نماید، بلکه باید اطلاعات و دانش " (نوناکا^{۱۴}، 1994) را ایجاد نماید، در حالی که رسانه اجتماعی، یک ابزار خوب برای سازمان است.

¹ Ahlqvist

² Halonen

³ Heinonen

⁴ andreas Kaplan

⁵ Michael Haenlein

⁶ Web 2.0

⁷ Kaplan

⁸ Michael

⁹ Morgan

¹⁰ Jones

¹¹ Hodges

¹² Granovetter

¹³ Nonaka

¹⁴ Nonaka

با این حال، بدون توجه به گرانووتر^۱ یا نوناکا^۲، همه آنها همه در عصر بدون اینترنت و یا رسانه های اجتماعی قرار دارند.

بنابراین آنها در حد یک تحقیق نسبی و نه تحقیق مستقیم، از رابطه بین رسانه های اجتماعی و دانش کار کردند. علوی^۳ و لیدنر^۴ (2001) یک بررسی بر روی مدیریت دانش و سیستم های مدیریت دانش را در سال 2001 انجام دادند. و علوی^۵ به این نتیجه رسید که " فن آوری های اطلاعات پیشرفته (به عنوان مثال، اینترنت، اینترنت، اکسترانت، مرورگرها، انبار داده ها، تکنیک های داده کاوی، و عوامل نرم افزار) را می توان برای نظام مندی، افزایش، و تسریع درون مدیریت دانش در مقیاس بزرگ و بین شرکت ها " مورد استفاده قرار داد (علوی^۶ و لیدنر^۷، 2001). در کار خود، او نیز اعتقاد داشت که " نقش فناوری در مدیریت دانش سازمانی باید توجه علمی قابل توجهی را به خود معطوف نماید و تبدیل به نقطه کانونی مطالعات شود. پس از تولد پشت سر هم رسانه های اجتماعی مانند فیس بوک و مای اسپیس، در سال 2010، کاپلان ای ام^۸ یک تعریف کامل از رسانه های اجتماعی و یک طبقه بندی از رسانه های اجتماعی را ارائه داد. او همچنین ذکر نمود که رسانه های اجتماعی می توانند فرآیند به اشتراک گذاری دانش در شرکت (کاپلان^۹ و میشل^{۱۰}، 2010) را بهبود بخشند.

این تحقیقات بر رسانه های اجتماعی و یا مدیریت دانش تمرکز نمودند، اما همه این تحقیقات رابطه بین رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش را ذکر و پیش بینی نمودند. در یک کلام، این تحقیقات پتانسیل عظیم مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش را تقویت کرد. با این حال، روشن نیست که روش مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش پدید آمده است یا خیر. در همین حال، روندهای مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش نیاز

1 Granovetter

2 Nonaka

3 Alavi

4 Leidner

5 Alavi

6 Alavi

7 Leidner

8 Kaplan AM

9 Kaplan

10 Michael

به یک تجزیه و تحلیل خوب دارد. با توضیحات واضح و روشن در توسعه مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش، درک بهتری از نظریه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش وجود خواهد داشت.

بقیه مقاله به شرح زیر سازماندهی شده است. بخش 2 وضعیت فعلی مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش را ارائه نموده است. در بخش بعد، به روند مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش تجزیه و تحلیل می پردازیم. پس از آن یک طبقه بندی از رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش، بر اساس طبقه بندی، رابطه بین هر نوع رسانه های اجتماعی مانند وبلاگ ها، و هر نوع مدیریت دانش، مانند به اشتراک گذاری دانش را ارائه می دهیم. پس از همه اینها، ما به خلاصه یافته ها و نتیجه گیری از مقاله می رسیم.

2. وضعیت مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش

2.1. داده ها

وب اف ساینس¹ (WOS) اطلاعات عمومی از نوشته های مهم علمی در بسیاری از زمینه ها از جمله عناوین، نویسندگان، مجلات (و یا منابع دیگر)، خلاصه و همچنین داده های نقل قول را فراهم می کند. همچنین، بر اساس دابلینو او اس²، ما می توانیم برخی تجزیه و تحلیل های اساسی در مجموعه داده ها را انجام دهیم. ما وضعیت فعلی مطالعه داده های بزرگ ارائه شده در نوشته ها را با دابلینو او اس³ پیمایش نمودیم. ما از "رسانه های اجتماعی" و "مدیریت دانش" به عنوان عبارات جستجو بر روی دابلینو او اس⁴ استفاده کردیم. گستره زمانی این جستجو روی "همه سال ها" تنظیم شد. سپس ما 344 نتیجه (مجموعه داده من) از وبگاه مجموعه هسته ای علوم⁵ به دست آوردیم.

2.2. وضعیت فعلی مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش

¹ Web of Science

² WOS

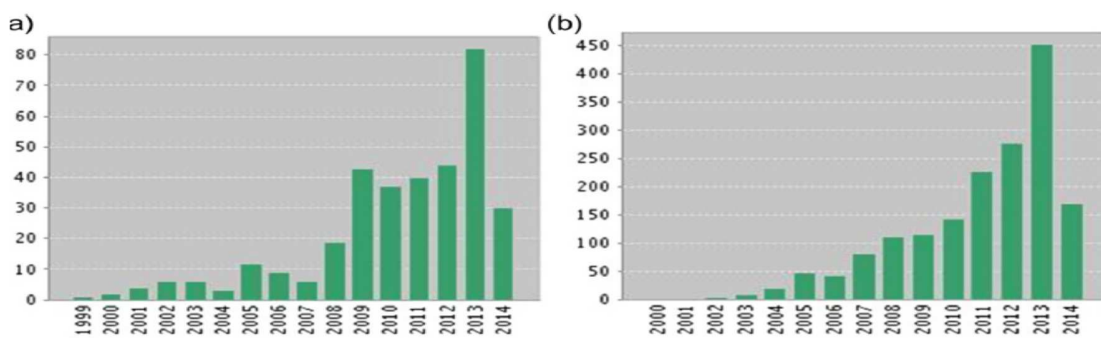
³ WOS

⁴ WOS

⁵ Web of Science Core Collection

اشکال. 1 و 2 نشان می دهند که مقالات بیشتر و بیشتر منتشر شده و نقل قول شده در مورد رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش از سالی به سال دیگر وجود دارند. از سال 1999 تا سال 2003، افراد زیادی به رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش توجه نمی کردند. با این حال، با توسعه شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک و توئیتر و فوران اینترنت، مشکلات بیشتر و بیشتر وجود داشت که ارزش پژوهش داشتند. بدیهی است که این روند ادامه خواهد داشت. از سوی دیگر، مطالعه حاضر در مورد رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش، برای شکل دادن به یک سیستم کامل خیلی نوپا است. نظریه های پایه در زمینه های دیگر نیاز به مطالعه دارند. چیزهایی زیادی وجود دارند که ما می توانیم در مورد رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش انجام دهیم..

از جدول 1، مشاهده می کنیم که نویسندگان عالی در مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش سهیم بودند. ای اس آبراهامز¹، بایلی ام² و غیره. پنج سازمان برتر در مطالعه در مورد رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش " دانشگاه تورنتو"، " سیستم دانشگاه ایالتی فلوریدا"، " دانشگاه بریتیش کلمبیا"، " دانشگاه کالیفرنیا" و " دانشگاه تورنتو" از دیگران جلوتر بودن که 9 یا کمتر نشریات (جدول 2) داشتند. همانطور که جدول 3 نشان می دهد، یادداشت های سخنرانی در علوم کامپیوتر، مجله مدیریت دانش و مجله محاسبات سازمانی نقش مهمی در توسعه مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش را ایفا نمود.

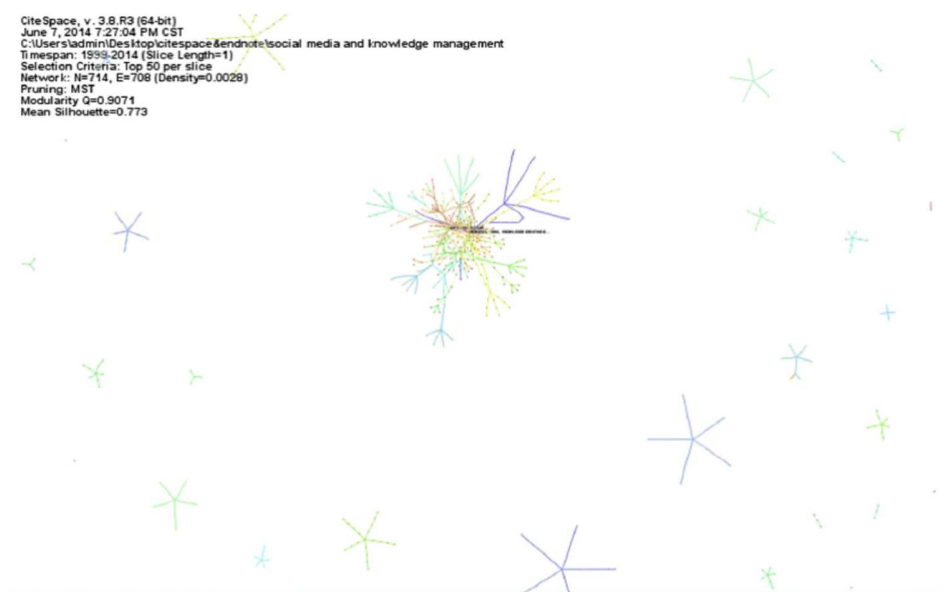


شکل 1. (a) تعداد مقالات در هر سال از 1999 تا 2014؛ (b) تعداد اسنادهای هر سال از 2000 تا 2014.

¹ ABRAHAMS AS

² BAYLEY M

CiteSpace, v. 3.8.R3 (64-bit)
 June 7, 2014 7:27:04 PM CST
 C:\Users\admin\Desktop\citespace&endnote\social media and Knowledge management
 Timespan: 1999-2014 (Slice Length=1)
 Selection Criteria: Top 50 per slice
 Network: N=714, E=708 (Density=0.0028)
 Pruning: MST
 Modularity Q=0.9071
 Mean Silhouette=0.773



شکل 2. خوشه مراجع اصلی در مطالعه رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش.

جدول 1. نویسندگان برتر در مجموعه داده های 1

نویسندگان	سوابق	٪ از 344
آبراهام ای اس ¹	3	0.872
بایلی ام ²	3	0.872
بدنار ام ام ³	3	0.872
بورنشتین ان ام ⁴	3	0.872
برینین ام ⁵	3	0.872
برایر ای ⁶	3	0.872
بوچان ای ام ⁷	3	0.872
کاراگی ای جی ⁸	3	0.872
کارول ال جی ¹	3	0.872

¹ ABRAHAMS AS

² BAYLEY M

³ BEDNAR MM

⁴ BORNSTEIN NM

⁵ BRAININ M

⁶ BRYER A

⁷ BUCHAN AM

⁸ CARRAGEE EJ

3. تجزیه و تحلیل روندهای مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش

برای پیمایش و نقشه برداری روند مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش، تحلیل استنادی باید انجام شود. با استناد به مجموعه داده های استفاده شده، اطلاعات را در تعداد بسیار زیادی از نشریات مربوط گرفتن می کنیم. با توجه به تجزیه و تحلیل استنادی، بیشتر منابع، نویسندگان با نفوذ و مجلات رتبه-برتر در این مطالعه از رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش انتخاب می شوند.

به منظور ایجاد نتیجه دقیق تر، از سایت اسپیس^۳ برای نشان دادن روند مطالعه رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش به طور واضح استفاده می کنیم. در طی تجزیه و تحلیل، بازه زمانی 1999-2014 بود. و ما یک سال را به عنوان یک بخش در نظر گرفتیم و 50 عبارت بیشتر از همه ذکر شده در هر سال را استفاده نمودیم. در همین حال، ما برخی از شاخص های مهم ارائه شده توسط سایت اسپیس^۴ را اتخاذ نمودیم. " مرکزیت "، " معیار یک گره در یک شبکه است که میزان احتمال کوتاه ترین مسیر دلخواه در شبکه از طریق این گره را اندازه می گیرد؛ " تکرار "، " عبارات تک و یا چند کلمه ای استخراج شده از عنوان، چکیده، یا زمینه های دیگر از پیشینه کتابشناختی و تعداد این عبارات، یعنی افزایش سریع، روی یک دوره از زمان " و " نیمه عمر "، " تعداد سال هایی است که یک نشریه نیمی از استنادهای خود را از زمان انتشار آن " (چن^۵، 2004؛ چن^۶، 2006) دریافت می کند.

3.1. مراجع غالب استناد شده

شکل 2 گروه اصلی را در تصویر کامل از منابع نشان می دهد. از شکل، می توانیم ببینیم که تقریباً همه مراجع مورد استناد با هم خوشه بندی شدند. می توان نتیجه گرفت که مطالعه رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش در حال

¹ CARROLL LJ

² CASSIDY JD

³ Citespace

⁴ Citespace

⁵ Chen

⁶ Chen

حاضر دارای یک سیستم مرکزی است. اما به این معنی نیست که بررسی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش در حال حاضر در مرحله کامل قرار دارد. همانطور که جدول 4 نشان می دهد، می توانیم دریابیم که 7 تا از 8 مراجع برتر، قبل از 2005 بوده اند و مقالات مهمی در مطالعه مدیریت دانش هستند. در مقابل، منابع دیگر در جدول 4، در مطالعه رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش قرار دارند. با توجه به " تکرار " در جدول 4، انتشار کاپلان ای ام¹، با نام " " کاربران جهان، متحد شوید! چالش ها و فرصت های رسانه های اجتماعی "، بیشتر و بیشتر جلب توجه می کند. می توان توضیح داد که محققان، بیشتر و بیشتر به مطالعه رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش جلب شده اند. در یک کلام، مطالعه رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش در حال حاضر دارای یک سیستم مرکزی است، اما سیستم اصلی در این پژوهش، مدیریت دانش قبل از 2005 تشکیل شده است ما باید تلاش بیشتری برای به سرانجام رساندن سیستم از نظر رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش اتخاذ نماییم.

" مدیریت و سیستم مدیریت دانش: مبانی مفهومی و مسائل پژوهش، " یک مرور انجام شده توسط مریم علوی² بر روی فصلنامه MIS در سال 2001 است. در این بازنگری، مریم علوی³، یک فرآیند دقیق از مدیریت دانش سازمانی را با تمرکز بر نقش بالقوه فناوری اطلاعات در این فرایند ارائه می دهد. اگر چه این بررسی سیزده سال پیش منتشر شده است، با توجه " تکرار "، در آینده بیشتر و بیشتر جلب توجه خواهد کرد.

" سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری، و مزیت سازمانی، توسط آنینه ناهاپیت⁴ و سومانترا گوشال⁵ در سال 1998 در " آکادمی بازنگری مدیریت " منتشر شد. در این مقاله، آنها این استدلال را توسعه دادند که سازمان ها، موجب توسعه سطح بالایی از سرمایه اجتماعی می شوند.

جدول 2 سازمان های برتر در مجموعه داده های 1

ارتقایافته-سازمانی	ثبت ها	344 از %
دانشگاه تورنتو ¹	11	3.198

¹ Kaplan AM

² Maryam Alavi

³ Maryam Alavi

⁴ anine Nahapiet

⁵ Sumantra Ghoshal

سیستم دانشگاه ایالتی فلوریدا ^۲	9	2.616
دانشگاه بریتیش کلمبیا ^۳	9	2.616
دانشگاه سیستم کالیفرنیا ^۴	9	2.616
سیستم دانشگاه مریلند ^۵	8	2.326
دانشگاه هاروارد ^۶	8	2.326
دانشگاه فلوریدا ^۷	6	1.744
دانشگاه کورنل ^۸	6	1.744
موسسه کارپولیسینکا ^۹	6	1.744
دانشگاه ایروین کالیفرنیا ^{۱۰}	6	1.744
دانشگاه لس آنجلس کالیفرنیا ^{۱۱}	6	1.744

" قدرت روابط ضعیف " یک پژوهش موثر انجام شده توسط مارک اس. گرانووتر^{۱۲} است که در دانشگاه جانز هاپکینز^{۱۳} مشغول به کار بودند. بر اساس تجزیه و تحلیل شبکه اجتماعی، او مقدار زیادی از توجه را به قدرت منسجم روابط ضعیف معطوف نمود. و " تاکید بر روابط ضعیف تحت پوشش بحث در مورد روابط بین گروه ها و تجزیه و تحلیل بخش هایی از ساختار اجتماعی قرار گرفت که به راحتی از نظر گروه های اصلی تعریف نشده بودند. " این کار دارای یک تاثیر گسترده ای بر مطالعه رسانه های اجتماعی بود.

" به سوی یک نظریه مبتنی بر دانش شرکت "، یک مقاله منتشر شده در " مجله مدیریت استراتژیک " در سال 1996 بود توسط رابرت ام گرانو^{۱۴} انجام شد. ام گرانو^{۱۵} مکانیزم های هماهنگی را توسعه داده است که از طریق

¹ TORONTO

² FLORIDA

³ columbia

⁴ california

⁵ Maryland

⁶ Harvard

⁷ FLORIDA

⁸ Cornell

⁹ KAROLINSKA

¹⁰ california

¹¹ california

¹² Mark S. Granovetter

¹³ Johns Hapkins

¹⁴ Robert M. Grant

¹⁵ M. Grant

آن شرکت ها دانش تخصصی اعضای خود را در این کار ادغام می کنند. بدیهی است، این کار نقش بسیار مهمی در مطالعه رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش ایفا می کند.

" یک نظریه پویا از خلق دانش سازمانی " توسط اکوجیرو نوناکا^۱ تشکیل شد که در موسسه تحقیقات گرفتن و کار، دانشگاه هیتوتسوباشی، کونیتاچی، توکیو، ژاپن^۲ کار می کرد. این کار یک چارچوب مفهومی برای تحقیق در مورد تفاوت ها و شباهت های یادگیری توسط افراد، گروه ها و سازمان را فراهم می کند. این کار موجب تحریک بسیاری از افراد برای پژوهش در یادگیری سازمانی می شود. در جهات دیگر نیز این کار تاثیر بسیار گسترده ای بر مطالعه رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش دارد.

" ظرفیت جذب: یک دیدگاه جدید در یادگیری و نوآوری "، یک کار در مورد ظرفیت جذب است که توانایی تشخیص توانایی یک شرکت برای ایجاد، به اشتراک گذاری و استفاده از اطلاعات برای اهداف تجاری می باشد. وسلی ام کوهن^۳ و دانیل ا. لونتال^۴، نیز " عواملی را توصیف نمودند که ظرفیت جذب در سطح سازمانی، نحوه ظرفیت جذب یک سازمان از اعضای متفاوت " را تحت تاثیر قرار می دهد.

'کاربران جهان، متحد شوید!'، چالش ها و فرصت های رسانه های اجتماعی " تقریباً داغترین مقاله در مطالعه اخیر در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش است. این مقاله، توس آندریاس ام. کاپلان^۵ و مایکل هائینلین^۶ در مورد افق گرفتن و کار در سال 2010 منتشر شد. آنها رسانه های اجتماعی را تعریف نمودند و رسانه های اجتماعی را به عنوان شش نوع مختلف طبقه بندی کردند. قطعاً، این مقاله به دنبال جلب توجه بیشتر و بیشتر در این مطالعه آینده در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش است.

3.2. نویسندگان موثر

¹ Akujiro Nonaka

² Institute of Business Research, Hitotsubashi University, Kunitachi, Tokyo, Japan

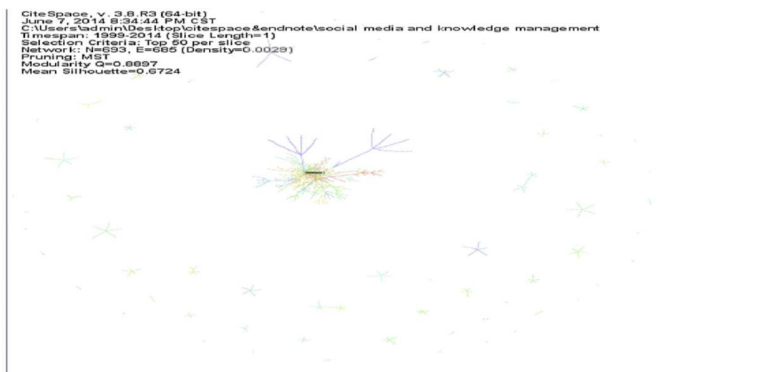
³ Wesley M. Cohen

⁴ Daniel A. Levinthal

⁵ Andreas M. Kaplan

⁶ Michael Haenlein

اشکال 3 و 4 تسلط نویسندگان برجسته بر هسته مطالعه بر روی رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش را نشان می دهند. مهمترین نویسندگان در جدول 5 فهرست شده اند. (Nonaka I) اکوجیرو نوناکا¹ یک نظریه پرداز سازمانی ژاپنی و استاد امریتوس² در دانشکده تحصیلات تکمیلی استراتژی شرکت بین المللی در دانشگاه هیتوتسوباشی³ است، که برای مطالعه خود از مدیریت دانش شناخته شده است.



شکل 3. تصویر کامل از پراستنادترین نویسندگان



شکل 4. خوشه نویسندگان اصلی در مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش

¹ Ikujiro Nonaka

² Emritus

³ Hitotsubashi

مریم علوی^۱، استاد استراتژی اطلاعات جان و لاکي کوک^۲ است. به عنوان یک متخصص در IT و مدیریت دانش و یادگیری با واسطه تکنولوژی، مریم^۳ نویسنده 70 مقاله منتشر شده است و در هیئت تحریریه چند مجله معتبر علمی کار کرده است.

رابرت ام گرانت^۴ (Grant RM) استاد کامل مدیریت استراتژیک و دارنده کرسی ENI مدیریت استراتژیک در بخش انرژی است. او عضو هیئت علمی در دانشگاه جورج تاون، مدرسه بازرگانی لندن، دانشگاه سیتی، پلی تکنیک کالیفرنیا، UCLA، دانشگاه بریتیش کلمبیا و دانشگاه سنت اندروز (اسکاتلند)^۵ بوده است. حوزه تحقیق او، توانایی سازمانی و مدیریت دانش، برنامه ریزی استراتژیک و استراتژی شرکت در بخش نفت و گاز است.

کاتلین ام ایزنهارت^۶ (Eisenhardt KM) استاد استراتژی و سازماندهی در دانشگاه استنفورد است. او به طور گسترده ای برای کار خود روی استراتژی، تصمیم گیری استراتژیک و نوآوری در بازارهای سرعت در حال تغییر و به شدت رقابتی شناخته شده است. محوریت، پژوهش فعلی پروفیسور ایزنهارت^۷ در زمینه همکاری و رقابت در محاسبات همگرا، ارتباطات و صنایع نیمه هادی، از دیدگاه نظریه های پیچیدگی، تکاملی و بازی است.

واگنر ای، که نام کامل آن اتین چارلز واگنر^۸ است، یک نظریه پرداز آموزشی و پزشک است که به خاطر تدوین خود (با جان لیو^۹) از تئوری شناخت واقع شده و کار اخیر خود در زمینه جوامع عمل شناخته شده است.

جدول 3. منابع برتر در مجموعه داده های 1

عناوین منبع	ثبات ها	٪ از 344
1- یادداشت های سخنرانی در علوم کامپیوتر	11	3.198
2- مجله مدیریت دانش	8	2.326

¹ Maryam Alavi

² John and Lucy Cook

³ Maryam

⁴ Robert M. Grant

⁵ Georgetown University, London Business School, City University, California Polytechnic, UCLA, University of British Columbia, and University of St. Andrews (Scotland)

⁶ Kathleen m. Eisenhardt

⁷ Eisenhardt

⁸ Etienne Charles Wenger,

⁹ Jean Lave

3- مجله محاسبات سازمانی و تجارت الکترونیک						8	2.326
4- سیستم های حمایت از تصمیم گیری						6	1.744
5- مجله تحقیقات اینترنتی پزشکی						6	1.744
6- مجله تولید پاک تر						4	1.163
7- مجله جامعه آمریکایی برای فناوری علوم اطلاعات						4	1.163
تعداد	نویسنده	سال	عنوان	منبع	4	1.163	
26	نوناکا ^۱	1995	شرکت خلق دانش: نحوه خلق دینامیک نوآوری توسط شرکت های ژاپنی	خلق دانش C	4		
21	علوی ام ^۳	2001	مدیریت دانش و سیستم های مدیریت دانش: مبانی مفهومی و موضوعات تحقیقاتی	میس کوارت ^۲	4		
19	ناهاپیت جی ^۶	1998	سرمایه اجتماعی, سرمایه معنوی و مزیت سازمان ^۵	آکاد مانج رو ^۴	6		
19	گرانووتر ^۸	1973	قدرت لایه های ضعیف	آم جی سوسیول ^۷	31		
19	گرانر ام ۹	1996	به سوی تئوری مبتنی بر دانش در شرکت	مدیریت استراتژیک	13		

¹ NONAKA I

² ACAD MANAGE REV

³ NAHAPIET J

⁴ AM J SOCIOLOG

⁵ SCI

⁶ GRANOVETTER

⁷ AM J Sociol

⁸ GRANT RM

⁹ COHEN W

				جی			
17	نوناکا ^۲	1994	یک تئوری دینامیک از خلق دانش سازمانی	ارگان اس سی آی ^۱			
16	کوهن دبلیو ام ^۴	1990	ظرفیت جذبی: یک دیدگاه جدید در مورد یادگیری و نوآوری	ادمین اس سی آی کوارت ^۳			
16	کاپلان ای ام ^۶	2010	کاربران کلمات، متحد شوید! چالش ها و فرصت های رسانه های اجتماعی	افق های باس ۵			
9- مقالات 9امین کنفرانس اروپایی در مورد مدیریت دانش							
				10- ارتباطات در علوم کامپیوتر و اطلاعات	3	0.872	
				10- کامپیوترها در رفتار انسان	3	0.872	

جدول 4. 8 مرجع برتر در مطالعه رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش

3.3 مجلات رده-برتر

شکل 5، خوشه مجلات اصلی در مطالعه روی رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش را نشان می دهد. همانطور که جدول 6 نشان می دهد، مجلات رده-بالا در این مطالعه از رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش می باشند. با توجه به " تکرار " در جدول 7، نشان داده شده است. این بدان معنی است که مجلات مدیریت خالص، توجه بیشتری را به کاربرد فناوری جدید معطوف نموده اند. مطابق با "نیمه-عمر در جدول 3، مجله جامعه شناسی آمریکا، بدون شک عالی ترین مجله در مورد مطالعه رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش است.

¹ SCI QURAT

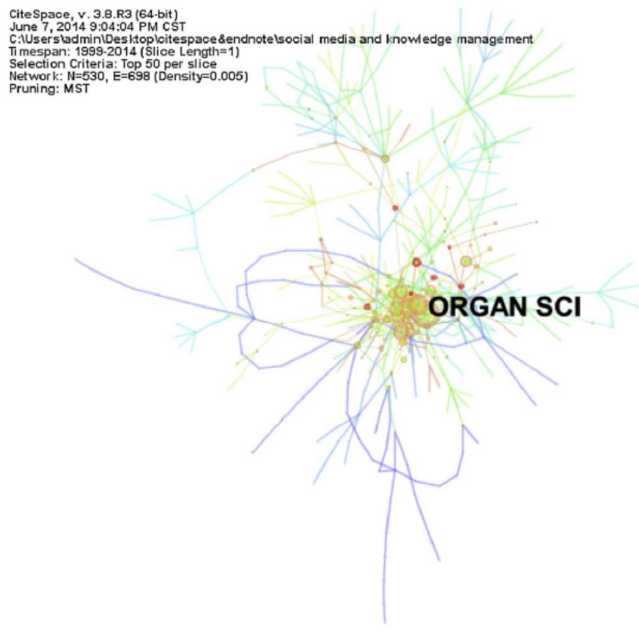
² NONAKA I

³ BUS

⁴ COHEN WM

⁵ BUS

⁶ MIS QUART



شکل 5. خوشه مجلات اصلی در مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش

جدول 5.6 نویسنده برتر در مطالعه رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش از نظر تعداد

نیمه عمر	نویسنده	مرکزیت	تکرار	تعداد
4	نوناکا ^۱	0		41
0	ناشناس	0		27
6	علوی ام ^۲	0	3.91	24
13	گرانر ار ام ^۳	0		23
22	ایزنهارت کا ام ^۴	0		19
10	وگنر ای ^۵	0		19

جدول 5.6.10 ژورنال برتر در مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش از نظر فراوانی

نیمه عمر	منبع	سال	مرکزیت	تکرار	تعداد
12	ارگان اس سی آی ^۶	1991	0		80
12	آکاد مانیچ رو ^۷	1989	0		65

¹ Nonaka I

² Alavi M

³ Grant RM

⁴ Eisenhardt KM

⁵ Wenger E

⁶ SCI QURAT

⁷ AM J SOCIOL

56	0	1989	میس کوارت ^۱	14
54	0	1993	آکاد مانیج جی ^۲	10
50	0	1999	هاروارد باس رو ^۳	2
49	0	1983	مانیج اس سی آی ^۴	20
46	0	1996	مدیریت راهبردی	9
46	0	1990	ادمین اس سی آی کوارت ^۵	11
36	0	1973	آم جی سوسیول ^۶	31
35	0	2001	ساینس ^۷	9

4. رابطه بین رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش

4.1 رسانه های اجتماعی

رسانه های اجتماعی، گروهی از برنامه های مبتنی بر اینترنت است که بر اساس مبانی فناوری و ایدئولوژیک وب 2.0^۸ ساخته می شوند و خلق و تبادل مطالب تولید شده کاربر را میسر می سازند [3]. کاپلان ای ام^۹، یک طبقه بندی جامع از رسانه های اجتماعی را در مقاله تاثیرگذار خود صورت داده است: "کاربران جهان، متحد شوید!". چالش ها و فرصت های رسانه های اجتماعی، شش نوع مختلف از رسانه های اجتماعی وجود دارند.

1. پروژه های مشارکتی: مثلاً ویکی پدیا^{۱۰}
2. وبلاگ ها، مثلاً سینا بوک^{۱۱} (در پی آر سی^{۱۲})
3. جوامع محتوایی: مثلاً یوتیوب^{۱۳}
4. سایت های شبکه بندی اجتماعی: مثلاً فیس بوک.

¹ ACAD MANAGE REV

² ACAD MANAGE j

³ Harvard Bus rev

⁴ Manage SCI

⁵ BUS

⁶ AM J Sociol

⁷ science

⁸ Web 2.0

⁹ Kaplan am

¹⁰ wikipedia

¹¹ Sina boke

¹² PRC

¹³ youtube

5. جهان بازی مجازی: مثلاً وورد آف کرافت^۱.

6. جهان اجتماعی مجازی: مثلاً سکوند لایف^۲.

جدول 75 مجله برتر در مطالعه رسانه های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش در تکرار

نیمه عمر	منبع	سال	مرکزیت	تکرار	تعداد
6	رس پولیسی ^۳	2002	0	3.99	24
4	سیستم حمایت تصمیم گیری	2008	0	3.66	19
3	مدیریت دانش	2009	0	3.14	17
21	افق های باس ^۴	1991	0	3.12	24
4	سیستم اطلاعات	1996	0	2.98	33

با این حال، پس از سال 2010، از زمان استفاده فراگیر از گوشی های هوشمند، رسانه های اجتماعی از نوع جدید، به نام رسانه های اجتماعی تلفن همراه، توجه بیشتر و بیشتری را به خود معطوف نموده اند. رسانه های اجتماعی تلفن همراه به عنوان یک گروه از برنامه های بازاریابی تلفن همراه، ایجاد و تبادل محتوای تولید شده توسط کاربر را میسر نموده اند. بنابراین، در این مقاله، ما رسانه های اجتماعی به عنوان هفت نوع: پروژه های مشترک، وبلاگ ها، جوامع محتوا، شبکه های اجتماعی، دنیای بازی های مجازی، جهان اجتماعی مجازی و رسانه های اجتماعی تلفن همراه طبقه بندی می نماییم.

4.2. مدیریت دانش

از همان اوایل در جنبش کا ام^۵، داونپورت^۱ (1994) تعریف گسترده ای را ارائه داد: "مدیریت دانش فرآیند گرفتن، توزیع و استفاده از دانش است." بر اساس تعریف داونپورت^۲، سه زیرفرآیند مدیریت دانش را تعریف می کنیم:

¹ World of craft

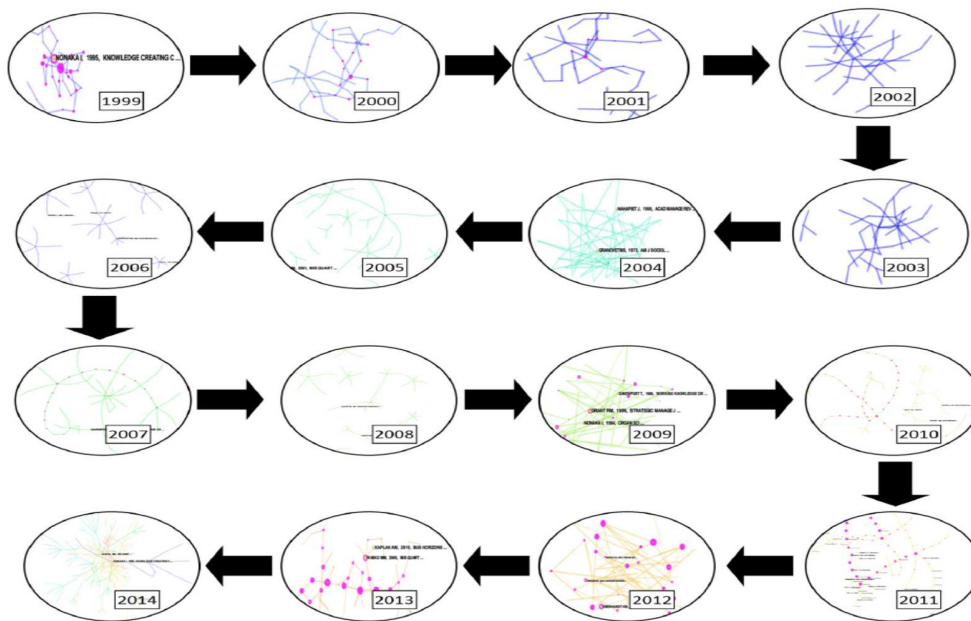
² Second life

³ RES POLICY

⁴ bus

⁵ SMK

کسب دانش، اشتراک دانش و کاربرد دانش. پس موضوع بعدی، مقایسه رابطه بین هفت رسانه های مختلف اجتماعی و سه مدیریت دانش فرایند فرعی است.



شکل 6. تکامل مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش

4.3. رابطه بین رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش

از جدول 8، ما می توانیم ببینیم که بدون توجه به نوع رسانه اجتماعی، تعداد مقالات چاپ شده در به اشتراک گذاری دانش، بیشترین است. بنابراین میتوان نتیجه گرفت که دانشمندان بیشتر به مطالعه اشتراک گذاری دانش توجه می کنند.

جدول 8. مقالات منتشر شده در مورد هر موضوع قطعی مانند پروژه های مشارکتی و کسب دانش

کاربرد دانش	به اشتراک گذاری	کسب دانش	
233	445	74	پروژه های مشارکتی
36	137	17	وبلاگ ها
274	374	66	جوامع محتوا

¹ Davenport

² Davenport

سایت های شبکه های اجتماعی	9	100	40
دنیای بازی مجازی	3	12	23
دنیای اجتماعی مجازی	5	27	18
رسانه های اجتماعی موبایل	2	14	7

اگر ما استناد به هر مقاله را به عنوان شاخص اهمیت موضوع، از جدول 9 انتخاب کنیم، می توانیم ببینیم که همراه با اکثر رسانه های اجتماعی به جز جوامع محتوا و سایت های شبکه های اجتماعی، کسب دانش، نقش مهم تری از به اشتراک گذاری دانش یا اعمال دانش ایفا می کند. در جوامع محتوا، تعداد استناد به هر مقاله در هر اعمال دانش بالاتر از کسب دانش و به اشتراک گذاری دانش است. در سایت های شبکه های اجتماعی، تعداد استناد به هر مقاله در به اشتراک گذاری دانش بالاتر از کسب دانش و اعمال دانش است.

با این حال، اگر ما شاخص h را به عنوان شاخص اهمیت حوزه در نظر بگیریم، می توان نتیجه گرفت که اشتراک دانش در بسیاری از رسانه های اجتماعی مهم ترین نقش را ایفا می کند. اما در جوامع محتوا، شاخص h در کاربرد دانش، بالاترین است. می توان گفت که اعمال دانش نسبت به دو زیرفرآیندهای دیگر مدیریت دانش در جوامع محتوا مهم تر است.

جدول 9. استناد در هر مقاله و شاخص h در هر موضوع قطعی مانند پروژه های مشارکتی و کسب دانش

	کسب دانش		به اشتراک گذاری دانش		کاربرد دانش	
	پروژه های مشارکتی	7.41	10	4.93	22	7.49
وبلاگ ها	15.59	3	7.77	15	2.31	5
جوامع محتوا	6.24	11	6.62	21	11.03	24
سایت های شبکه های اجتماعی	4.44	2	5.16	12	4.57	5

دنیای بازی مجازی	7.67	2	3.75	3	1.35	3
دنیای اجتماعی مجازی	2.80	1	1.48	4	1.61	3
رسانه های اجتماعی موبایل	3.50	1	1.64	3	0.14	1

5. بحث

با توجه به تحلیل بالا، ما برخی از یافته های جالب و پیامدهای بالقوه را داریم. نخست، اگر چه مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش در حال حاضر دارای یک سیستم مرکزی است، این سیستم به طور عمده برای حمایت مطالعه مدیریت دانش شکل گرفته است. این نشانه خوبی از توسعه سریع آینده است. بر اساس سیستم مرکزی، می توانیم یک سیستم جدید در این مطالعه از مدیریت دانش در رسانه های اجتماعی را توسعه دهیم. از سوی دیگر، تمام شاخص های مرکزیت منابع، نویسندگان و مجلات در تجزیه و تحلیل، 0 هستند. این به این معنی است که مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش هنوز در مرحله نوپا است.

دوم، پراستنادترین مراجع در این مطالعه در مورد رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش، " شرکت خلق کننده-دانش: نحوه خلق پویایی نوآوری توسط شرکت های ژاپنی"، " منابع مدیریت دانش"، " سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری، و مزیت سازمانی و غیره هستند. بسیاری از این منابع، با نفوذ ترین در مطالعه مدیریت دانش هستند. با توجه به تجزیه و تحلیل، " کاربران جهان، متحد شوید!" Kaplan، چالش ها و فرصت های رسانه های اجتماعی " موجب جذب مخاطب بیشتر و بیشتر می شود. این مرجع، اولین مرجع در مطالعه مدیریت دانش در رسانه های اجتماعی است، نه فقط در زمینه مدیریت دانش. این مراجع، نماد روند مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش هستند.

سوم، برجسته ترین نویسندگان عبارتند از مریم، اکوجیرو نوناکا، رابرت ام گرانت، علوی، ام آیزنهارت، کاتلین و اتین وگنر چارلز^۱ غیره. آنها در مرکز خوشه اصلی نویسندگان مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش قرار دارند. اکوجیرو نوناکا، رابرت ام گرانت، علوی، ام آیزنهارت، کاتلین و اتین وگنر چارلز^۲ کارشناسان در مطالعه مدیریت دانش هستند و همه آنها نقش مهمی در توسعه تئوری مدیریت دانش ایفا کرده اند. مریم علوی^۳ متخصص در فن آوری اطلاعات و مدیریت دانش است و پیش بینی نموده است که فناوری اطلاعات از جمله رسانه های اجتماعی، مدیریت دانش را تا حد زیادی تحت تاثیر قرار می دهند.

چهارم، مجلات رده-بالا در مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش، آکاد، ارگان اس سی آی، منیج ریو، میس اسکوارت^۴ و غیره هستند. در میان همه این مجلات، با توجه به " تکرار "، رس پولیسی، باس هوریزونز، سیستم حمایت تصمیم گیری، مدیریت دانش، و سیستم اطلاعات^۵ توجه بیشتر و بیشتری را در مطالعه رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش به خود معطوف نموده اند. آنها همه، در مقایسه با ارگان اس سی آی^۶ و غیره، مجلات مدیریت خالص هستند. این بدان معنی است که مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش در حال تبدیل از موضوعات فناوری به موضوعات مدیریت است.

همچنین برخی از کمک ها در روندهای پیش بینی پژوهش های مدیریت رسانه های اجتماعی با پشتیبانی از دانش وجود دارد. هفت نوع از رسانه های اجتماعی وجود دارند: پروژه های مشترک، وبلاگ ها، جوامع محتوا، شبکه های اجتماعی، دنیای بازی های مجازی، جهان اجتماعی مجازی و رسانه های اجتماعی تلفن همراه. مدیریت دانش را نیز می توان به عنوان سه زیرفرآیند طبقه بندی نمود: کسب دانش، اشتراک دانش و اعمال دانش. اکثر انواع رسانه های اجتماعی یک رابطه قوی با به اشتراک گذاری دانش دارند. شکل 6 وضعیت مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش در هر سال را نشان می دهد. موضوعات رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش در سال 1999 رخ داده

¹ Ikujiro Nonaka, Maryam Alavi, Robert M. Grant, Kathleen m. Eisenhardt, stienne Charles Wenger

² Ikujiro Nonaka, Robert M. Grant, Kathleen m. Eisenhardt, stienne Charles Wenger

³ Maryam Alavi

⁴ ORGAN SCI, ACAD MANAGE REV, MIS QUART

⁵ RES POLICY, DECIS SUPPORT SYST, J KNOWL MANAG, BUS HORIZONS و INFORM SYST RES

⁶ ORGAN SCI

است و تاپیکسار^۱ به طور عمده در مورد مدیریت دانش است. پس از آن از سال 2000 تا 2008 موضوعات مورد رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش به آرامی توسعه یافته است. پس از آن، مطالعه در رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش در سال 2009 شیوع انفجاری داشته است. این تسریع از سال 2011 به 2014 افزایش یافته و این روند ادامه خواهد داشت.

6. نتیجه گیری

این مقاله، مطالعات در حال تغییر سریع و توسعه یافته-طولانی روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش را با وب اف ساینس^۲ و سایت اسپیس^۳ توصیف نمود. وضعیت فعلی مطالعه بر روی رسانه ها و دانش مدیریت اجتماعی با رسم روند انتشارات و استناد به تصویر کشیده شد. و نویسندگان، نهادها و مجلات برتر از نظر کمیتی ذکر شدند. مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش نسبتاً به سرعت در حال تغییر است. سپس روندهای مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش تحلیل شد. پراستنادترین مراجع، نویسندگان موثر و مجلات رده-بالا در مطالعه روی رسانه های اجتماعی و مدیریت دانش به دقت مورد مطالعه قرار گرفتند. در نهایت، رابطه بین انواع مختلف رسانه های اجتماعی و سه زیر فرایند مدیریت دانش به دقت مورد مطالعه قرار گرفت.

¹ topicsare

² Web of Science

³ Citespace

این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی