



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

# تأثیر به اشتراک گذاری شبکه بر روی فعالیت های تسهیم دانش و عملکرد شغلی

## در محیط رسانه های اجتماعی شرکتی

### چکیده

هدف این مقاله بررسی اثر به اشتراک گذاری شبکه بر روی فعالیت های تسهیم دانش و عملکرد شغلی فردی در محیط رسانه های اجتماعی شرکتی می باشد. نتایج تجربی نشان می دهد که خودکارآمدی دانش، پیوند های اثرات متقابل اجتماعی و هنجار عمل متقابل اثر مثبتی بر روی فعالیت های به اشتراک گذاری شبکه و فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارند ضمن این که لذت بردن از کمک اثر معنی داری ندارد. به علاوه جهت گیری به اشتراک گذاری شبکه اثر معنی داری بر روی فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارد که به نوبه خود عملکرد شغلی فرد را تحت تاثیر قرار می دهد. بر اساس نتایج مطالعه، ایت مطالعه در مورد یافته های تحقیق بحث کرده و اهمیت عملی و نظری مطالعه و محدودیت های تحقیق را پیشنهاد می کند.

**لغات کلیدی:** تسهیم دانش، تسهیم شبکه، رسانه های اجتماعی شرکتی، تئوری شناخت اجتماعی، تئوری سرمایه

### اجتماعی

### مقدمه

محیط های رسانه های اجتماعی، ویژگی های منحصر به فردی را ارائه می کنند از جمله باز بودن، ارتباط دو سویه و بازخورد های آنها باز. این ویژگی ها برای تعداد زیادی از افراد امکان به اشتراک گذاری رایگان و اسان افکار، ایده ها، تجربه ها، دیدگاه ها، اطلاعات و دانش خود را از طریق رسانه های اجتماعی داده است (کاپلان و هالنین 2001). با توجه به اهمیت انتشار منابع دانش از طریق روابط فعال و نزدیک با همکاران (بورگاتی و کراس 2003)، رسانه های اجتماعی ماهیتا در تسهیل فعالیت های تسهیم دانش درون سازمان ها مفید هستند. بستر های رسانه های اجتماعی به فراوانی در سازمان ها به عنوان ابزاری برای برقراری ارتباط میان کارکنان استفاده می شوند (لئوناردی، هاسیمن و اشتینفیلد 2013). لئو نادری و همکاران 2013، رسانه های اجتماعی در محیط های کار را رسانه های اجتماعی شرکتی نامیدند به طوری که بستر های وب محوری هستند که به کارکنان امکان 1- برقراری پیام ها را با همکاران یا انتشار پیام به هر کس در سازمان می دهند 2- به طور صریح یا غیر صریح برخی

کارکنان را به صورت شرکای ارتباطی در نظر بگیرند 3- متون و فایل های مربوط به خود و سایرین را پست کرده، ویرایش کنند و یا مرتب کنند 4- پیام ها، ارتباطات، متون و فایل های پست شده، ادیت شده و مرتب شده توسط افراد دیگر را در سازمان در هر زمان مشاهده کنند. با کمک فناوری وب، رسانه های اجتماعی را می توان با ابزار های مختلف رسانه ای نظیر ویدئویی، صوتی یا تصاویر و ابزار های ارتباطی مختلف نظیر برنامه های چت، برنامه های ویدئو کنفرانس و ادیو کنفرانس و یا سیستم های بازخورد ترکیب کرد. از طریق رسانه های اجتماعی، کارکنان می توانند به آسانی نه تنها دانش صریح خود را از طریق ارتباطات کتبی بلکه دانش ضمنی خود را به اشتراک بگذارند. رسانه های اجتماعی موجب غنی تر شدن دانش تسهیم شده می گردند و به نوبه خود فعالیت های تسهیم دانش را تقویت می کنند.

افرادی که به طور فعال از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند، دانش و اطلاعات مورد استفاده خود را برای حل مسائل کسب می کنند. از این روی، در زمینه فعالیت به اشتراک گذاری رسانه های اجتماعی که شامل معرفی افراد غیر مرتبط است، نقش مهم در تسهیم اطلاعات و تبادل دانش مبرهن شده است. هس (2013) پیشنهاد کرده است که نقش اشتراک شبکه در رسانه های خبری مستلزم ایجاد پل زنی و ارتباط برای کنترل انواع اطلاعات تسهیم شده بین افراد برای ارتباط افراد در فضا های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می باشد. در رابطه با تلاش های مربوط به رسانه های اجتماعی شرکتی، فعالیت های به اشتراک گذاری منجر به توسعه ساختار های شبکه ای با ارتباط قوی می شوند (ابستفلد 2005) که در آن دانش و اطلاعات به طور یکنواختی با معرفی افرادی که هنوز با هم ارتباط ندارند انتقال می شود. این می تواند موجب موثر تر شدن تسهیم دانش شود. هدف این مقاله بررسی اثر به اشتراک گذاری شبکه بر روی فعالیت های تسهیم دانش و عملکرد شغلی فردی در محیط رسانه های اجتماعی شرکت می باشد. نتایج تجربی نشان می دهد که خودکارآمدی دانش، پیوند های اثرات متقابل اجتماعی و هنجار عمل متقابل اثر مثبتی بر روی فعالیت های به اشتراک گذاری شبکه و فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارند ضمن این که لذت بردن از کمک اثر معنی داری ندارد. به علاوه جهت گیری به اشتراک گذاری شبکه اثر معنی داری بر روی فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارد که به نوبه خود عملکرد شغلی فرد را تحت تاثیر قرار می دهد. فرضیات ما در خصوص این مرحله بر اساس تئوری شناختی و تئوری سرمایه اجتماعی است. در دومین مرحله، فعالیت تسهیم دانش از طریق اشتراک شبکه توسعه داده می شود. در مرحله

نهایی، اثر جهت گیری اشتراک دانش بر عملکرد شغلی افراد از طریق فعالیت های تسهیم دانش اشکار سازی می شود.

مطالعه ما با اشکار سازی نقش مهم اشتراک شبکه در رابطه بین افراد و عوامل اجتماعی، فعالیت های تسهیم دانش و عملکرد شغلی به غنای منابع کمک می کند و از این روی پیامد های عملی برای راهبرد های رسانه های اجتماعی داخلی دارد که موجب بهبود عملکرد شغلی افراد می شود.

## 2- چارچوب نظری

### 2-1 رسانه های اجتماعی

ظهور وب صف زمینه را برای ایجاد اشکال جدیدی از رسانه ها هموار کرده است که موسوم به رسانه های اجتماعی می باشد. افزایش استفاده از گوشی های هوشمند موجب افزایش استفاده از رسانه های اجتماعی شده و افراد را تشویق به استفاده از رسانه های اجتماعی در زندگی روز مره می کند. اصطلاح رسانه های اجتماعی اشاره به برنامه های اینترنتی دارد که توسط افراد برای تسهیم نظرات، افکار، تجارب و دیدگاه ها استفاده می شود (کاپلان و هلانین 2010). به جای جست و جو و مصرف اطلاعات، کاربران رسانه های اجتماعی اطلاعاتی را به شکلی هماهنگ نشان می دهند (لرمن 2007).

رسانه های اجتماعی با ارتباط دو سویه همراه هستند. در نتیجه، بستر های رسانه های اجتماعی به مثابه ابزار هایی هستند که برای تحقق مشارکت، تسهیم و باز بودن استفاده شده اند. استفاده از رسانه های اجتماعی امکان ارتباط افراد را با هم می دهد. این نه تنها به انباشت سرمایه دانش با بزرگ تر کردن شبکه های انسانی کمک می کند، سرمایه اجتماعی را از طریق مشارکت افرادی که منافع مشابهی دارند ایجاد می کند. مطالعات قبلی بر روی رسانه های اجتماعی در جدول 1 خلاصه شده اند.

Researchers	Type of study	Sample	Study findings
Boyd & Ellison, 2008	Conceptual study	-	The characteristics, history, and definition of social network sites (SNS) are introduced.
Curtis et al., 2010	Empirical study	409 public relations (PR) practitioners from nonprofit organizations	Media adoption in PR-related work duties is assessed.
Kaplan & Haenlein, 2010	Conceptual study	-	The concept of social media is established, and a comparative analysis including other media is conducted.
Lee & Kwahk, 2010	Empirical study	175 employees	The use of social media is shown to positively influence job productivity with regard to knowledge sharing and participation in the decision-making process.
Leonardi et al., 2013	Conceptual study	-	Depending on the role that social media play within organizations, social media studies are categorized into three broad metaphors: enterprise social media as leaky pipe, echo chamber, and social lubricant.
Mangold & Faulds, 2009	Conceptual study	-	Social media are identified as new convergence media in the promotion mix.
Vuori & Väisänen, 2009	Conceptual study	-	Social media are determined to play an important role in obtaining and sharing information within enterprises, based on a comparative analysis of studies found in 143 journals.

### جدول 1

تحقیقات قبلی بر روی محیط های رسانه های اجتماعی شرکتی به دو صورت انجام شده اند (لئوناردی و همکاران 2013). یک مسیر تحقیق مطالعه شده، ارتباط سازمانی با احزاب خارجی نظیر مشتریان، فروشندگان و عوام است. بسیاری از شرکت ها از رسانه های اجتماعی برای برقراری ارتباط با طرفین خارجی برای استفاده از راهبرد های چندگانه استفاده می کنند. شرکت ها از رسانه های اجتماعی برای مدیریت ارتباط با شرکا و مشتری و بهبود تصویر شرگت ان ها استفاده می کنند (ویلد 2008). در عین حال سایر مسیر های تحقیقاتی به بررسی این موضوع پرداخته اند که چگونه سازمان ها از رسانه های اجتماعی برای برقراری ارتباطات داخلی و تعامل اجتماعی درون شرکت ها استفاده می کنند. از نقطه نظر داخلی شرکت ها از رسانه های اجتماعی به عنوان یک ابزار موثر استفاده کرده اند تا بتوانند اقدام به تسهیم موثر دانش کنند. برای مثال، بی بی سی یک سایت شبکه اجتماعی موسوم به مسیر گفت و و گو را راه اندازی کرده است که کارکنان آن از این شبکه برای اپلود سوالات، جست و جوی پاسخ و برقراری رابطه استفاده می کنند. این سایت که در آن کارکنان با پرسش و پاسخ ها تعامل دارند نه تنها مربوط به مسائل زندگی روزانه بلکه مربوط به وظایف شغلی سازمانی است. ووری و وایسنن (2009) مطالعه ای را بر روی شیوه استفاده از رسانه های اجتماعی برای جمع اوری و تسهیم اطلاعات و دانش انجام دادند. مطالعه آن ها نشان داد که رسانه های اجتماعی نقش مهمی در تسهیم اطلاعات دارند. به علاوه، در مطالعه 175 کارمند، لی و کاک 2010 اثبات کردند که استفاده از رسانه های اجتماعی موجب بهبود مشارکت در تسهیم دانش و فرایند های تصمیم گیری می شود و این عملکرد شغلی را بالا می برد. جدول 2 تفاوت بین رسانه های اجتماعی و عمومی را نشان می دهد

	Public social media	Enterprise social media
Main purpose	To present myself in a digital format, allowing them to provide details concerning myself and establish/maintain their network of relationships to fellow members (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007)	To share employee's expertise and support collaboration with other employees (Cummings & Reinicke, 2014)
Primary features	The ability to: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Connect with others</li> <li>- Share personal information</li> <li>- Send/receive messages</li> <li>- Provide "status" updates</li> <li>- Post comments</li> <li>- Personalize the site (Cummings &amp; Reinicke, 2014)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incorporating visual components such as pictures of contacts</li> <li>- Active engagement such as status of contacts</li> <li>- Communication channel for maintenance of fringe relationships (e.g. staying in contact with former team members) (Shih, 2009).</li> </ul>
Type of system	Hedonic system aiming to provide an enjoyable experience while filling a user's emotional needs (Premkumar, Ramamurthy, & Liu, 2008).	Both hedonic and utilitarian system aiming to increase employee effectiveness and efficiency for communication or knowledge sharing (DiMicco, Geyer, Millen, Dugan, & Brownholtz, 2009).
Research topic	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Privacy/risk taking (Fogel &amp; Nehmad, 2009)</li> <li>- Site usage (Dwyer, Hiltz, &amp; Widmeyer, 2008)</li> <li>- Communication (Wigand, Wood, &amp; Mande, 2010)</li> <li>- Self-presentation (Donath, 2007)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- General organizational usage (Mislove, Marcon, Gummadri, Druschel, &amp; Bhattacharjee, 2007)</li> <li>- Establishment and maintenance of organizational relationships (Dwyer, 2007).</li> <li>- Ongoing use of a social media including how users appropriate the technology in their interactions with known employees (DiMicco et al., 2009)</li> </ul>

## جدول 2

## 2-2 تئور شناخت اجتماعی و نظریه سرمایه اجتماعی

تئوری شناخت اجتماعی را می توان برای درک انگیزه ها و رفتار های فردی در شرایط مختلف مورد استفاده قرار داد. باندرا 1986 بیان می دارد که رفتار های فردی نتیجه اثرات متقابل بین محیط اجتماعی و شناخت فردی می شود. به عبارت دیگر هنگام یادگیری و حفظ یک الگوی رفتاری خاص، افراد تحت تاثیر عوامل شناختی ذاتی قرار می گیرند و یا متاثر از عوامل اجتماعی زیست محیطی و رابطه ای می باشند. در نتیجه تاکید تئوری شناخت اجتماعی بر روی عوامل فردی و درونی، بسیاری از مطالعات قبلی توجه ویژه ای به مفهوم خود کارآمدی داشته اند (چن و هوانگ 2010، کامپو و هیگین 1995، لین و هوانگ 2008، 2010). خود کارآمدی به صورت باور فرد به توانایی سازمان دهی و اجرای اقداماتی تعریف می شود که برای مدیریت شرایط لازم است. به عبارت دیگر، خود کارآمدی باور فرد به توانایی های او برای موفقیت در شرایط خاص است. (لین و هوانگ 2008، 2010). زیمر من و راوشانکر 2014 بیان کردند که مکانیسم های انتقال دانش بهتر با انتظار برآیند و کارآمدی دانش درک می شوند. برای همین منظور، خود کارآمدی نقش مهمی در دست یابی به اهداف خود و عملکرد سازمانی ایفا می کند (اگلی، تسوکف لاک و بارتول 2007).

از دیدگاه تئوری شناختی اجتماعی، لذت کمک کردن که اشاره به نوع دوستی دارد یک انگیزه ذاتی و درونی فردی برای رفتار انسان است. بر طبق گفته کولاک (1999)، افراد از کمک به یک دیگر لذت می برند و تصور می کنند که کمک به سایرین برای مواجهه با مشکلات از طریق تسهیم دانش امری خوب است. چانگ، لی، و لی 2013 بیان می دارد که اعضای جامعه قضاوت هایی را در مورد رفتار های تسهیم دانش با در نظر گرفتن انتظارات خود از تسهیم دانش و لذت کمک به سایرین می کنند. وقتی که اعضای جامعه قادر به کمک به سایر اعضا باشند، آن ها احساس رضایت کرده و این رضایت بر قصد آن ها برای تداوم تسهیم دانش در جامعه آنلاین اثر دارد. بر طبق تئوری شناخت اجتماعی، رفتار افراد تحت تاثیر عوامل اجتماعی و شناختی فردی است. مطالعات موجود مربوط به تئوری شناخت اجتماعی، اهمیت اثر عوامل اجتماعی را نادیده گرفته اند و دلایلی را مبنی بر این که چگونه سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی توسعه می یابد را ارائه نمی کنند. لین (2001) سرمایه اجتماعی را به صورت منابعی تعریف می کند که در قالب ساختار اجتماعی قرار می گیرد و مورد دسترسی و استفاده است. باردیو و واکتات (1992) بیان می دارند که سرمایه اجتماعی، جمع منابع واقعی یا مجازی می باشد که که یک فرد یا گروه با داشتن شبکه مقاوم

آن را انباشته می کنند. تفاوت در سرمایه اجتماعی افراد نشان می دهد که چرا عملکرد یک فرد بیش از عملکرد سایرین است. مقادیر سرمایه اجتماعی بستگی به مقیاس شبکه اجتماعی و حوزه تعاملات اجتماعی افراد درون شبکه دارد. با مصاحبه از کاربران سیستم مدیریت دانش، هی، جیائو و وی 2009 پی بردند که داشتن پیوند های قوی در روابط اجتماعی یک عامل موثر در توسعه نگرش مثبت به دانش آفرینی در سیستم های مدیریت دانش است. به علاوه نتایج نشان داد که تفاوت معنی دار در نگرش افراد در استفاده از سیستم های مدیریت دانش بین گروه هایی وجود دارد که شامل افراد با روابط اجتماعی بیشتر و گروه ها شامل افراد با روابط اجتماعی کم تر است. جای و کیم 2012 خاطر نشان کرده اند که روابط اجتماعی اثر مثبتی بر روی حس تعلق کاربران داشته و کاربران را منجر به افزایش تعهد نسبت به حفظ ارتباط با سایر اعضا می کند. و این می تواند نقش مهمی در توضیح رفتار ها و عملکرد فردی از نظر تروی سرمایه اجتماعی ایفا کند. هم چنین اعضای سازمان قادر به تسهیم دانش از طریق مشارکت در شبکه های اجتماعی هستند. افزایش فعالیت های تسهیم دانش موجب حفظ روابط اجتماعی نزدیک با سایرین می شود. تسهیم دانش از طریق تلاش های فردی صورت می گیرد و مستلزم تعامل فعال با سایر افرادی هستند که نیازمند دانش می باشند. ارتباط متقابل یکی از مزیت های مشارکت در تبادل اجتماعی است. تحقیقات نشان داده است که بیشتر اعضای جوامع آنلاین انتظار دارند که سرمایه گذاری ان ها با سود همراه باشد. در واقع این خود نقش مهمی در تسهیم فعالیت های دانش و انباشت سرمایه اجتماعی ایفا می کند. مطالعات مربوط به تئوری های شناخت اجتماعی و سرمایه اجتماعی در جدول 3 نشان داده شده است.

Researchers	Type of study	Sample	Study findings
Chen & Hung, 2010	Empirical study	323 members of a community	The norm of reciprocity, interpersonal trust, self-efficacy, and perceived relative advantage are found to positively influence knowledge utilization through knowledge-contributing and knowledge-collecting behavior.
Cheung et al., 2013	Empirical study	408 school teachers	When members receive the reciprocity and help other members as they expected, they feel satisfied and their knowledge self-efficacy is also enhanced. Both satisfaction and knowledge self-efficacy are found to further affect their intention to continue sharing knowledge.
Chiu et al., 2006	Empirical study	310 members of a community	Community-related outcome expectations, the norm of reciprocity, shared language, and shared vision are shown to influence knowledge quality and the quantity of knowledge sharing.
Chow & Chan, 2008	Empirical study	190 managers of enterprises	A social network and shared goals are found to influence the intention to share knowledge, through displayed attitudes to knowledge sharing and subjective norms for knowledge sharing.
Compeau & Higgins, 1995	Empirical study	1020 computer users	Computer self-efficacy significantly influences computer usage.
Lin & Huang, 2008	Empirical study	192 various industrial group members	KMS self-efficacy and personal outcome expectations significantly influence the usage of knowledge management systems.
Lin & Huang, 2010	Empirical study	162 MIS graduates working for enterprises	The knowledge contributions of self-efficacy significantly influence knowledge withholding through outcome expectations.
Oh, 2012	Empirical study	257 users in Yahoo! Answers	Altruism is the most influential motivation for knowledge sharing, while personal gain is the least. Enjoyment and efficacy are more influential than other social motivations, such as reputation or reciprocity.
Quigley et al., 2007	Empirical study	120 students taking business courses	Self-efficacy influences self-set goals and increases performance.
Wasko & Faraj, 2005	Empirical study	173 members of the National Legal Professional Association	Individual motivations, structural capital, cognitive capital, and relational capital are found to influence knowledge contributions.
Zimmermann & Ravishankar, 2014	Case study	30 German onshore headquarters employees	Social capital, in concert with knowledge senders' efficacy and outcome expectations, is an important antecedent of employees' ability and willingness to transfer knowledge.

## 2-3 شخص ثالث ملحق شده به شبکه اجتماعی

اصطلاح لاتین تریتوس به معنی شخص ثالث است و inugens به معنی ملحق شدن می باشد در واقع این به معنی شخص ثالثی است که ملحق می شود می باشد. این دیدگاه یک دیدگاه رفتاری است که بر ایجاد یا تسهیل روابط میان افراد در شبکه اجتماعی تاکید دارد. این تاکید بر خلاف تفکیک راهبردی طرفین است که در مطالعه سمیل و ولف (1950) یافت شده است. این مفهوم با استفاده از دو دیدگاه مربوط به تشکیل سرمایه اجتماعی توضیح داده شده است: دیدگاه بستن شبکه و دیدگاه حفره ساختاری. دیدگاه اول مربوط به این است که سرمایه اجتماعی بر مبنای روابط قوی درون یک گروه تسهیل کننده است. افراد با پیوند های قوی از مشارکت و پشتیبانی سایرین در گروه ذی نفع می شوند. با معرفی دو طرفی که هم دیگر را نمی شناسند و بر مشکلات در روابط خود غلبه می کنند، رویکرد های سوم شخص به طور موثر، ساختار شبکه را ایجاد می کنند که با پیوند های قوی همراه است. در ساختار بستن شبکه، سرمایه اجتماعی به طور موثر توسط گروه های شبکه ایجاد می شود که موجب تحکیم روابط قوی می شود. این دیدگاه نه تنها به جریان دانش و اطلاعات کمک می کند، بلکه به تثبیت قواعد و مقررات برای حفاظت از اعضا در برابر استثمار موثر است. بر عکس دیدگاه حفره ساختاری بیان می دارد که سرمایه اجتماعی از طریق ساختار شبکه ای با ارتباط کم ایجاد می شود. تحت این ساختار شبکه ای ضعیف، اعضا مزیت هایی را به عنوان تسهیل کننده ها بدست می آورند که بخش های مجزای درون شبکه را به هم مرتبط می کنند. این مفهوم در درک دیدگاه نقش ساختاری در چارچوب زمینه تئوری سرمایه اجتماعی مهم است. بارت (2009)، از مفهوم فوق استفاده کرده است تا فعالیت های حول نقش های ساختاری را توجیه کند. نقش ساختاری شامل رابطه غیر افزونه ای است که بین گروه ها و طرفین وجود دارد و به افراد امکان برقراری ارتباط را می دهد. بارت (2009) بیان می دارد که افراد در حفره ساتاری به اسانی به اطلاعات جدید و دانش دست پیدا می کنند. افراد مشارکت کننده در فعالیت های رسانه های اجتماعی دارای موقعیت های ساختاری متفاوتی برای ایجاد روابط متنوع با شبکه می باشند. با این حال جهت گیری منجر به ایجاد محیط رفتاری هماهنگ بین همکاران نمی شود. ملحق شدن شخص ثالث را می توان به صورت یک جهت گیری رفتاری در نظر گرفت که به رابطه بین طرفین درون یک شبکه اجتماعی تاکید دارد. این افراد مشارکت فعالی در تسهیم دانش دارند.

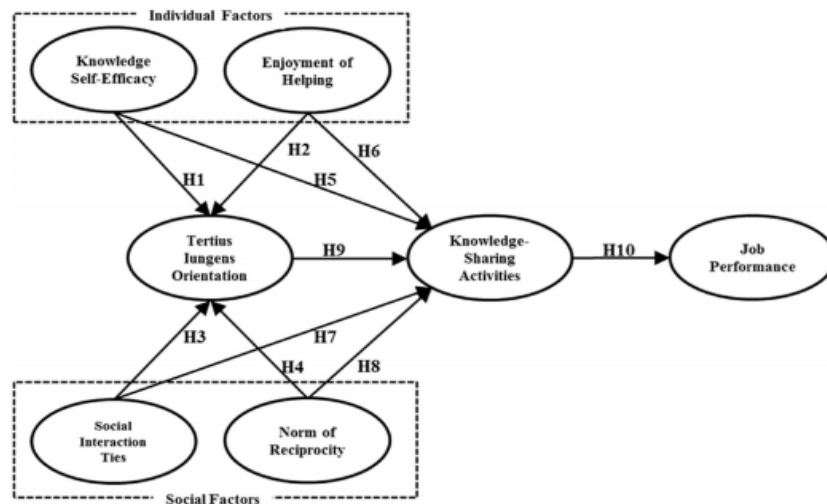


Researchers	Type of study	Sample	Study findings
Gargiulo, Ertug, & Galunic, 2009	Empirical study	2263 employees of an investment bank	The influence of network closure differs depending on the roles played by the members of an organization (e.g., information provider/beneficiary).
Garriga, 2009	Case study	98 stakeholders in a natural gas distribution company	Tertius iungens strategy influences the cooperation process of stakeholders in enterprises.
Hess, 2013	Conceptual study	-	The roles of the tertius orientations are useful for understanding how the news media perform bridging (unique position of the news media to control the types of information shared between individuals and to connect people) and linking (the news media's role in linking people with those in positions of power).
Obstfeld, 2005	Empirical study	152 employees of an automotive manufacturer	Tertius iungens orientation significantly influences innovation involvement.
Oh, Choi, & Kim, 2005	Empirical study	3411 coauthors of 1573 papers in the IS field	While the structural hole influences researchers' performance, network closure does not significantly influence their performance.
Pathak, Wu, & Johnston, 2014	Conceptual study	-	Enactment of the tertius iungens strategy by brokers increases cooperation and its sustainability in a community supply network.
Shi, Markoczy, & Dess, 2009	Conceptual study	-	The mediation strategies of middle managers are broken down into four types that relate to tertius iungens and four types that relate to tertius gaudens.
Singh, 2008	Empirical study	75 managers	Tertius iungens positively influences the quality of relationships within a business-related network.

جدلو 4

### 3- مدل تحقیق و فرضیات

مدل تحقیق معرفی شده در این مطالعه را می توان در شکل 1 دید. هدف این مطالعه بررسی اثر به اشتراک گذاری شبکه بر روی فعالیت های تسهیم دانش و عملکرد شغلی فردی در محیط رسانه های اجتماعی شرکت می باشد. نتایج تجربی نشان می دهد که خودکارآمدی دانش، پیوند های اثرات متقابل اجتماعی و هنجار عمل متقابل اثر مثبتی بر روی فعالیت های به اشتراک گذاری شبکه و فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارند ضمن این که لذت بردن از کمک اثر معنی داری ندارد. به علاوه جهت گیری به اشتراک گذاری شبکه اثر معنی داری بر روی فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارد که به نوبه خود عملکرد شغلی فرد را تحت تاثیر قرار می دهد.



شکل 1

### 3-1 ایجاد جهت گیری ملحق شدن سوم شخص

از حیث شیوه تاثیر انگیزه فردی و محیط بر دیدگاه فوق، چهار فاکتور به صورت عوامل موثر بر فعالیت های تسهیم دانش در نظر گرفته می شوند: خود کارامدی دانش، لذت کمک کردن، پیوند تعامل اجتماعی و هنجار عمل متقابل. تفاوت در سرمایه اجتماعی افراد نشان می دهد که چرا عملکرد یک فرد بیش از عملکرد سایرین است. مقادیر سرمایه اجتماعی بستگی به مقیاس شبکه اجتماعی و حوزه تعاملات اجتماعی افراد درون شبکه دارد. با مصاحبه از کاربران سیستم مدیریت دانش، هی، جیائو و وی 2009 پی بردند که داشتن پیوند های قوی در روابط اجتماعی یک عامل موثر در توسعه نگرش مثبت به دانش آفرینی در سیستم های مدیریت دانش است. به علاوه نتایج نشان داد که تفاوت معنی دار در نگرش افراد در استفاده از سیستم های مدیریت دانش بین گروه هایی وجود دارد که شامل افراد با روابط اجتماعی بیشتر و گروه ها شامل افراد با روابط اجتماعی کم تر است. جای و کیم 2012 خاطر نشان کرده اند که روابط اجتماعی اثر مثبتی بر روی حس تعلق کاربران داشته و کاربران را منجر به افزایش تعهد نسبت به حفظ ارتباط با سایر اعضا می کند. و این می تواند نقش مهمی در توضیح رفتارها و عملکرد فردی از نظر توری سرمایه اجتماعی ایفا کند. هم چنین اعضای سازمان قادر به تسهیم دانش از طریق مشارکت در شبکه های اجتماعی هستند. افزایش فعالیت های تسهیم دانش موجب حفظ روابط اجتماعی نزدیک با سایرین می شود. تسهیم دانش از طریق تلاش های فردی صورت می گیرد و مستلزم تعامل فعال با سایر افرادی هستند که نیازمند دانش می باشند. ارتباط متقابل یکی از مزیت های مشارکت در تبادل اجتماعی است. تحقیقات نشان داده است که بیشتر اعضای جوامع آنلاین انتظار دارند که سرمایه گذاری ان ها با سود همراه باشد.

#### **فرض 1:** خودکارامدی دانش اثر مثبت بر دیدگاه سوم شخص دارد

کمک به دیگران به صورت امری ارزشمند، جالب رفتار خوب در نظر گرفته می شود و افراد رضایت را از کمک به افراد دیگر کسب می کنند (کولاک 1999). این لذت و رضایت به صورت نوعی از پاداش خصوصی است که انگیزه ای را باری رفتار مربوط به کمک به مواجهه با مشکلات ارایه می کند. فردی که به سایرین کمک می کند و احساس لذت دارد به دنبال راه هایی برای کمک به افراد مشکل دار است. یک فرد فردی را معرفی می کند که به افراد در مواجهه با مشکلات کمک کند. به این ترتیب این رفتار های فردی بر اساس لذتی هستند که از کمک به سایرین دریافت می کنند.

**فرضیه 2:** لذت کمک کردن اثر مثبتی بر روی جهت گیری سوم شخص دارد

روابط تعامل اجتماعی با سایرین درون یک شبکه اجتماعی موجب تسهیل فعالیت های افراد متعلق به شبکه می شود (کولمن 1990). این فعالیت ها منجر به فرصت های جدیدی می شوند که افراد برای هم به بار می آورند. و به این ترتیب میزان تعلق و ملحق شد افراد به شبکه افزایش می یابد. فردی که ارتباط خوبی با اطرفیان خود دارد بیشتر در فعالیت های به اشتراک گذاری مشارکت می کند (لینا و وان بارن 1999). از این روی می توان نتیجه گرفت افراد با پیوند های قوی با سایرین، جهت گیری سوم شخص را نشان می دهند و انگیزه بیشتری برای کمک به یک دیگر دارند

**فرضیه 3:** اثرات متقابل اجتماعی اثر مثبتی بر روی جهت گیری معرفی سوم شخص دارد

در نهایت هنجار متقابل قابل کاربرد به نظام های اجتماعی ای است که از حیث روابط با سایر افراد تثبیت می شوند و قابل کاربرد به سایر فرهنگ ها و روابط است (وو و همکاران 2006). هنجار متقابل شامل الگوهای رفتاری ای است که در بر گیرنده واکنش های مشابه به اقدامات دوستانه یا خصمانه سایرین است (چن و هوانگ 2010). وقتی فردی رفتار خصمانه را نشان می دهد، سایرین واکنش مشابهی نیز به این رفتار ها نشان می دهند و همین امر در مورد رفتار های اجتماعی مطرح است. هنجار عمل متقابل موجب ایجاد رفتار های مشارکتی در سازمان می شود. در واقع رفتار های مشارکتی بر اساس هنجار عمل متقابل می باشد که بر اساس مشارکت فعال است. از این روی انتظار انجام رفتار های مشارکتی در قبال یک دیگر وجود دارد که منجر به افزایش مشارکت افراد در فعالیت های همکاری می شود. لذا می توان فرض چهارم را به صورت زیر مطرح کرد:

**فرضیه 4:** هنجار متقابل اثر مثبتی بر روی جهت گیری ملحق شدن سوم شخص دارد

### **3-2 اثر عوامل فردی و اجتماعی بر روی فعالیت های تسهیم دانش**

در این مطالعه دو عامل فردی تعیین کننده سطح فعالیت تسهیم دانش و خودکارآمدی و لذت کمک بر اساس تئوری شناخت اجتماعی بررسی می شود. خود کارآمدی باور فرد به توانایی های خود در انجام کار های خود است. خود کارآمدی به معنی داشتن اعتماد به نفس در ایجاد نتایج موفق در یک محیط خاص می باشد تا مهارت های خاص. به همین دلیل افراد با سطوح بالای خود کارآمدی تصور می کنند که دارای منابع و انگیزه های لازم خود

برای انجام کارها می‌باشند. به این ترتیب این افراد بر این باورند که می‌وانند دانش ارزشمندی را ارایه کنند و یا دارای سوطح خود کارامدی بالایی از حیث تسهیم دانش می‌باشند. تئوری شناخت اجتماعی را می‌توان برای درک انگیزه‌ها و رفتارهای فردی در شرایط مختلف مورد استفاده قرار داد. باندرا 1986 بیان می‌دارد که رفتارهای فردی نتیجه اثرات متقابل بین محیط اجتماعی و شناخت فردی می‌شود. به عبارت دیگر هنگام یادگیری و حفظ یک الگوی رفتاری خاص، افراد تحت تاثیر عوامل شناختی ذاتی قرار می‌گیرند و یا متاثر از عوامل اجتماعی زیست محیطی و رابطه‌ای می‌باشند. در نتیجه تاکید تئوری شناخت اجتماعی بر روی عوامل فردی و درونی، بسیاری از مطالعات قبلی توجه ویژه‌ای به مفهوم خود کارامدی داشته‌اند (چن و هوانگ 2010، کامپو و هیگین 1995، لین و هوانگ 2008، 2010). خود کارامدی به صورت باور فرد به توانایی سازمان دهی و اجرای اقداماتی تعریف می‌شود که برای مدیریت شرایط لازم است. به عبارت دیگر، خود کارامدی باور فرد به توانایی‌های او برای موفقیت در شرایط خاص است. (لین و هوانگ 2008، 2010). زیمر من و راوشانکر 2014 بیان کردند که مکانیسم‌های انتقال دانش بهتر با انتظار برابری و کارامدی دانش درک می‌شوند. به این ترتیب فرض پنچ را می‌توان به صورت زیر مطرح کرد:

**فرضیه 5:** خود کارامدی دانش اثر مثبت بر روی فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه رسانه‌های اجتماعی دارد به علاوه، لذت کمک کردن را می‌توان از نظر نوع دوستی در نظر گرفت. ارگان 1988، نوع دوستی را یک رفتار اختیاری کمک به دیگران تعریف کرده است. وقتی که اعضای سازمان یک تعلق یا حس نوع دوستی را ایجاد می‌کنند می‌توانند انگیزه زیادی برای تسهیم دانش با همکاران کسب کنند (داونپورت و پرساک 1988). به علاوه چون افراد نوع دوست از کمک کردن به همکار خود لذت می‌برند می‌توان گفت که میزان انگیزه برای تسهیم دانش بالا می‌رود (واسکو و فرج 2005). انگیزه‌های فردی، نظیر کمک به سایر افراد برای افزایش حس اعتبار، افزایش عزت نفس، کسب احترام و توجه سایرین نیز به تسهیم دانش حتی در میان افراد فاقد روابط شخصی کمک می‌کند (کانسنت ف اسپرول، کیزلز 1996). کانگالی، تان وی 2005 پی بردند که در زمینه تسهیم دانش در منابع دانش آنلاین، عوامل ذاتی نظیر لذت کمک به دیگران موجب تسهیل تسهیم دانش می‌شود. لین 2007 اثبات کرده است که لذت کمک به سایرین اثر مثبتی بر نگرش تسهیم دانش و قصد تسهیم دانش دارد. از این روی فرض زیر مطرح است

**فرض 6:** لذت کمک کردن اثر مثبتی بر فعالیت های تسهیم دانش در زمینه های رسانه های اجتماعی دارد

در این مقاله، دو عامل تعیین کننده سطح فعالیت های تسهیم دانش - پیوند اثرات متقابل اجتماعی و هنجار عمل متقابل بر اساس تئوری سرمایه دانش در نظیر گرفته می شود. اولاً پیوند اثرات متقابل اجتماعی به عنوان کانالی عمل می کند که از طریق آن منابع جریان می یابند نظیر دانش و اطلاعات (تسای و گاشول 1998). خود کارامدی دانش، لذت کمک کردن، پیوند تعامل اجتماعی و هنجار عمل متقابل. تفاوت در سرمایه اجتماعی افراد نشان می دهد که چرا عملکرد یک فرد بیش از عملکرد سایرین است. مقادیر سرمایه اجتماعی بستگی به مقیاس شبکه اجتماعی و حوزه تعاملات اجتماعی افراد درون شبکه دارد. با مصاحبه از کاربران سیستم مدیریت دانش، هی، جیائو و وی 2009 پی بردند که داشتن پیوند های قوی در روابط اجتماعی یک عامل موثر در توسعه نگرش مثبت به دانش آفرینی در سیستم های مدیریت دانش است. به علاوه نتایج نشان داد که تفاوت معنی دار در نگرش افراد در استفاده از سیستم های مدیریت دانش بین گروه هایی وجود دارد که شامل افراد با روابط اجتماعی بیشتر و گروه ها شامل افراد با روابط اجتماعی کم تر است. جای و کیم 2012 خاطر نشان کرده اند که روابط اجتماعی اثر مثبتی بر روی حس تعلق کاربران داشته و کاربران را منجر به افزایش تعهد نسبت به حفظ ارتباط با سایر اعضا می کند. و این می تواند نقش مهمی در توضیح رفتارها و عملکرد فردی از نظر تئوری سرمایه اجتماعی ایفا کند. هم چنین اعضای سازمان قادر به تسهیم دانش از طریق مشارکت در شبکه های اجتماعی هستند. افزایش فعالیت های تسهیم دانش موجب حفظ روابط اجتماعی نزدیک با سایرین می شود. تسهیم دانش از طریق تلاش های فردی صورت می گیرد و مستلزم تعامل فعال با سایر افرادی هستند که نیازمند دانش می باشند. بر اساس این رویکرد فرض زیر مطرح است:

**فرض 7:** پیوند های تعامل اجتماعی اثر مثبتی بر فعالیت تسهیم دانش در زمینه رسانه اجتماعی دارد.

هنجار عمل متقابل به صورت یک قاعده پذیرفته شده اجتماعی است که در آن افرادی که منابع آرایه می کنن نظیر دانش، یک عمل متقابل را از افراد دیگر در زمان های بعدی دریافت می کنند (وو و همکاران 2006). از این روی یک حس بدهی و مرهونیت متقابل وجود دارد که در آن افراد برای یک دیگر کار انجام می دهند. مادامی که مبادلات به صورت حمایتی باشند افراد از یک دیگر منتفع می شوند (واسکو و فرج 2005). تسهیم دانش در جوامع آنلاین با هنجار عمل متقابل همراه با حس عدالت و انصاف تسهیل می شود (واسکو ، فرج 2000). چپو و همکاران

2006 اثبات کردند که هنجار عمل متقابل بر حجم تسهیم دانش اثر دارد. به این ترتیب فرض ما این است که هنجار عمل متقابل اثر مثبتی بر روی فعالیت های تسهیم دانش حتی در محیط آنلاین دارد نظیر زمینه های رسانه های اجتماعی.

**فرض 8:** هنجار عمل متقابل اثر مثبت بر فعالیت های تسهیم دانش در زمینه رسانه های اجتماعی دارد

### **3-3 اثر جهت گیری مشارکت شخص ثالث در فعالیت های تسهیم دانش**

اتسفلد(2005) جهت گیری شخص ثالث را به صورت مشارکت افراد در همکاری تعریف می کند از جمله معرفی افراد به یک دیگر و برقراری پیوند های قوی تر بین افراد. افرادی که به طور فعال از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند، دانش و اطلاعات مورد استفاده خود را برای حل مسائل کسب می کنند. از این روی، در زمینه فعالیت به اشتراک گذاری رسانه های اجتماعی که شامل معرفی افراد غیر مرتبط است، نقش مهم در تسهیم اطلاعات و تبادل دانش مبرهن شده است. هس(2013) پیشنهاد کرده است که نقش اشتراک شبکه در رسانه های خبری مستلزم ایجاد پل زنی و ارتباط برای کنترل انواع اطلاعات تسهیم شده بین افراد برای ارتباط افراد در فضا های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می باشد. در رابطه با تلاش های مربوط به رسانه های اجتماعی شرکتی، فعالیت های به اشتراک گذاری منجر به توسعه ساختار های شبکه ای با ارتباط قوی می شوند( ابستفلد 2005) که در آن دانش و اطلاعات به طور یکنواختی با معرفی افرادی که هنوز با هم ارتباط ندارند انتقال می شود. این می تواند موجب موثر تر شدن تسهیم دانش شود. هدف این مقاله بررسی اثر به اشتراک گذاری شبکه بر روی فعالیت های تسهیم دانش و عملکرد شغلی فردی در محیط رسانه های اجتماعی شرکت می باشد. نتایج تجربی نشان می دهد که خودکارآمدی دانش، پیوند های اثرات متقابل اجتماعی و هنجار عمل متقابل اثر مثبتی بر روی فعالیت های به اشتراک گذاری شبکه و فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارند ضمن این که لذت بردن از کمک اثر معنی داری ندارد. به علاوه جهت گیری به اشتراک گذاری شبکه اثر معنی داری بر روی فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارد که به نوبه خود عملکرد شغلی فرد را تحت تاثیر قرار می دهد. فرضیات ما در خصوص این مرحله بر اساس تئوری شناختی و تئوری سرمایه اجتماعی است. در دومین مرحله، فعالیت تسهیم دانش از طریق اشتراک شبکه توسعه داده می شود. در مرحله نهایی، اثر جهت گیری اشتراک دانش بر عملکرد شغلی افراد از طریق فعالیت های تسهیم دانش اشکار سازی می شود. به علاوه، کاریگا 2009 بیان می دارد که

راهبرد مشارکت افرادی ثالث اثر مثبتی بر همکاری بین ذی نفعان دارد. بر اساس این ملاحظات می توان فرض زیر را مطرح کرد:

**فرض 9:** مشارکت افراد ثالث اثر مثبتی بر روی فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارد

### **3-4 اثر فعالیت های تسهیم دانش بر روی عملکرد شغلی**

تسهیم دانش را می توان به صورت انتشار دانش فردی به اعضای دیگر سازمان تعریف کرد (ریو، هو و هان 2003). با تسهیم دانش عضو یک سازمان می تواند از تجربه های دیگران یاد بگیرد و این به نوبه خود موجب بهبود عملکرد شغلی سازمانی و فردی می شود (کانگ، کیم و چانگ 2008). تسهیم دانش با سایرین اثر مثبتی بر روی عملکرد تیم دارد (سریواستاف باترول و لک 2006) و این به تقویت تصمیم گیری کمک می کند و حافظه سازمانی را افزایش می دهد. به این ترتیب همکاری بین اعضای سازمان بالا رفته و عملکرد شغلی موفقی حاصل خواهد شد (ماتیو، هفینر، گودوین، سالاس، کانون باورس 2000). پارک و ایم 2001 اثبات کرد که تسهیم دانش موجب بهبود عملکرد شغلی اعضای سازمان می شود. از این روی می توان نتیجه گرفت که عملکرد شغلی زمانی بهبود می یابد که فعالیت های تسهیم دانش از طریق رسانه های اجتماعی انجام شوند. لذا فرض زیر مطرح می شود.

**فرض 10:** فعالیت های تسهیم دانش در زمینه های رسانه های اجتماعی اثر مثبتی بر روی عملکرد شغلی فردی دارد

### **4- روش تحقیق**

#### **4-1 توسعه ابزار اندازه گیری**

ابزار اندازه گیری مورد استفاده در این مطالعه نظر سنجی مربوط به مطالعات قبلی بود که روایی آن ها اثبات شد. یک سری سوالات برای منعکس کردن شرایط تحقیق افزوده شد. برای افزایش روایی ابزار اندازه گیری، از ساختار های با آیتم های چند گانه استفاده می کنند. همه پرسش نامه ها بر اساس مقیاس هفت نقطه ای لیکرت رتبه بندی شدند. به علاوه یک تست آزمایشی بین دو محقق در زمینه سیستم اطلاعات مدیریت انجام شد. خودکارامدی دانش به صورت میزان اعتماد به نفس فرد در داشتن قابلیت تسهیم دانش مفید با دیگران تعریف شد. پنج گزینه پرسش نامه برای اندازه گیری این متغیر استفاده شد که توسط چن و خوانگ 2010 و لین 2007 طراحی شده بود. لذت کمک کردن از حیث میزان لذتی که فرد از کمک به دیگران دریافت می کند تعریف شد. پنج گزینه

پرسش نامه همراه با این متغیر از مطالعه واسکو و فرج 2005 گرفته شد. و متناسب با نیاز های این مطالعه اصلاح شدند. مشارکت سوم شخص به صورت میزان ایجاد پیوند های جدید توسط افراد با معرفی آن ها به گروه ها تعریف شد. شش گزینه پرسش نامه بر اساس مطالعه اتسفلد برای اندازه گیری این متغیر استفاده شد. فعالیت تسهیم دانش در زمینه رسانه های اجتماعی به صورت میزان تسهیم دانش با سایرین در محیط های رسانه های اجتماعی تعریف شد. برای این متغیر شش گزینه پرسش نامه ای از مطالعه هیو ف چو، یین، و چانگ 2007 گرفته شد. شش گزینه پرسش نامه برای عملکرد شغلی از مطالعه ویلیامز و اندرسون 1991 گرفته شد و متناسب با اهداف این مطالعه تغییر یافتند. این تاکید بر خلاف تفکیک راهبردی طرفین است که در مطالعه سمیل و ولف (1950) یافت شده است. این مفهوم با استفاده از دو دیدگاه مربوط به تشکیل سرمایه اجتماعی توضیح داده شده است: دیدگاه بستن شبکه و دیدگاه حفره ساختاری. دیدگاه اول مربوط به این است که سرمایه اجتماعی بر مبنای روابط قوی درون یک گروه تسهیل کننده است. افراد با پیوند های قوی از مشارکت و پشتیبانی سایرین در گروه ذی نفع می شوند. با معرفی دو طرفی که هم دیگر را نمی شناسند و بر مشکلات در روابط خود غلبه می کنند، رویکرد های سوم شخص به طور موثر، ساختار شبکه را ایجاد می کنند که با پیوند های قوی همراه است. در ساختار بستن شبکه، سرمایه اجتماعی به طور موثر توسط گروه های شبکه ایجاد می شود که موجب تحکیم روابط قوی می شود. این دیدگاه نه تنها به جریان دانش و اطلاعات کمک می کند، بلکه به تثبیت قواعد و مقررات برای حفاظت از اعضا در برابر استثمار موثر است.

#### **4-2 جمع اوری داده ها و ویژگی های نمونه**

به منظور تایید مدل، نظر سنجی با کارکنان سازمان های مختلف انجام شد. پرسش نامه ها در طی یک ماه توزیع شدند. مجموع 259 پرسشنامه عودت شدند. چهار مورد از پرسش نامه ها حذف شدند زیرا پاسخ ها صادقانه نبودند. 21 پرسش نامه دیگر حذف شدند زیرا پاسخ ها در راستای این مطالعه نبودند. در مجموع 234 پرسش نامه برای تحلیل نهایی استفاده شد. ویژگی های جمعیت شناختی نمونه ها در جدول 5 نشان داده شده است.



Respondent profiles		Frequency	Percentage (%)	
Gender	Male	139	59.4	
	Female	95	40.6	
	Total	234	100.0	
Occupation	Government workers	5	2.1	
	Company workers	196	83.8	
	Specialists	31	13.2	
	Other	2	0.8	
	Total	234	100.0	
Industrial group	IT	94	40.2	
	Construction	9	3.8	
	Public agency	12	5.1	
	Financial	10	4.3	
	Nonprofit	11	4.7	
	Services	66	28.2	
	Distribution	12	5.1	
	Medical	11	4.7	
	Manufacturing	9	3.8	
	Total	234	100.0	
	Department	Marketing/sales	29	12.4
		Production/quality assurance	5	2.1
		R&D	20	8.5
General management/planning		80	34.2	
Accounting		13	5.6	
Information systems		79	33.8	
General affairs/personnel		8	3.4	
Total		234	100.0	
Academic background		High school	7	3.0
		University	168	71.8
		College	26	11.1
	Graduate school or higher	33	14.1	
	Total	234	100.0	
Age	20-25	21	9.0	
	26-30	116	49.6	
	31-35	57	24.4	
	36-40	30	12.8	
	Over 40	10	4.3	
	Total	234	100.0	
Work experience	Less than 3 years	120	51.3	
	3-6 years	56	23.9	
	6-9 years	20	8.5	
	Over 9 years	38	16.2	
	Total	234	100.0	

## جدول 5

### 5- تجزیه تحلیل و نتایج

مدل تحقیق معرفی شده در این مطالعه از طریق یک رویکرد تحلیل داده دو مرحله ای با LISREL 8.70 تایید شده و بر اساس مدل معادله ساختاری صحت سنجی شد (اندرسون و کربینک 1998). در ابتدا روایی همگرایی و افتراقی مدل شناسایی شد. سپس مدل ساختاری بر اساس مدل اندازه گیری تعیین شد.

#### 5-1 مدل اندازه گیری

تایید روایی همگرایی مستلزم این است که تک بعدی بودن متغیر باید بررسی شود. بر اساس روش پیشنهادی اندرسون و گربینک 1988، گفتن، استراب و بادوب 2000 ف مدل اندازه گیری با هفت گزینه اصلاح شد و ایتام ها با درجه مشترک واریانس باقی مانده به اشتراک گذاشته شدند. نسبت کای با درجه آزادی در 1.893 محاسبه شد که دارای سطح برآش خوبی بود. اگرچه RMR برابر با 0.044 بود، که کم تر از سطح توصیه شده 0.05 است، GFI به صورت 0.834 تعیین شد. سه معیار زیر برای ارزیابی روایی همگرایی استفاده شدند. در ابتدا، ضرایب

مسیر استاندارد باید بزرگ تر از 0.7 باشد و معنی دار نیز از نظر آماری باشد (گفن و همکاران 2000). دوم، پایایی ترکیبی و الفای کرونباخ هر متغیر باید بزرگ تر از 0.7 باشد. (هیر و همکاران 1998). همان طور که در جدول 6 می توان دید، همه ضرایب مسیر استاندارد بزرگ تر از 0.7 می باشد. پایایی ترکیبی و الفای کرونباخ برای همه ساختار ه بالاتر از 0.7 باشند. میانگین برای AVE برای هر فاکتور باید بزرگ تر از 0.5 باشد. از این روی روایی همگرایی ایتم ها در این مطالعه تایید شدند. سپس روایی افتراقی با مقایسه جذر مربع AVE برای هر ساختار با همبستگی های بین ساختار و ساختار های دیگر ارزیابی شد. از این روی روایی افتراقی برای ایتم های مورد اندازه گیری در این مطالعه تایید شد.

Construct	Items	Factor loadings	Composite reliabilities	Average variance extracted	Cronbach's alpha
Knowledge self-efficacy	SEC2	0.748	0.855	0.597	0.854
	SEC3	0.751			
	SEC4	0.769			
	SEC5	0.822			
	ENH1	0.845			
Enjoyment of helping	ENH3	0.926	0.929	0.767	0.926
	ENH4	0.787			
	ENH5	0.937			
	SIT1	0.929			
Social interaction ties	SIT2	0.935	0.934	0.826	0.932
	SIT4	0.861			
	NOR1	0.798			
Norm of reciprocity	NOR2	0.863	0.915	0.731	0.913
	NOR3	0.925			
	NOR4	0.829			
	TIU1	0.851			
Tertius iungens orientation	TIU2	0.839	0.931	0.732	0.930
	TIU3	0.911			
	TIU4	0.883			
	TIU5	0.791			
	KSA3	0.930			
Knowledge-sharing activities	KSA4	0.803	0.896	0.685	0.891
	KSA5	0.857			
	KSA6	0.705			
	JOP1	0.918			
Job performance	JOP2	0.899	0.963	0.841	0.963
	JOP3	0.954			
	JOP4	0.926			
	JOP5	0.889			

جدول 6

## 2-5 مدل ساختاری و آزمون فرضیه

آزمون فرضیه با مدل ساختاری LISREL انجام شد. اگرچه استاندارد های واحدی برای برازش مدل وجود ندارد، مطالعات موجود نیز دارای استاندارد های پیشنهادی  $RMR < 0.05$ ,  $GFI > 0.8$ ,  $AGFI > 0.8$ ,  $NFI > 0.9$ ,  $NNFI > 0.9$ , and  $CFI > 0.9$  هستند (هیر و همکاران 1988، تیلور و تود 1995). برازش کلی مدل ساختاری به صورت زیر بود:  $c2 = 856.69$ ,  $df = 361$ ,  $Normed\ c2 = 2.381$ ,  $P\text{-value} = 0.000$ ,  $RMR = 0.060$ ,  $GFI = 0.827$ ,  $AGFI = 0.791$ ,  $CFI = 0.984$ ,  $NFI = 0.972$ , and

0.981 = NNFI. اگرچه شاخص های برازش خاص به یک سطح محافظه کارانه ای نرسیده اند، با این وجود رضایت بخش هستند. به این ترتیب مدل فاقد استاندارد های مطلق می باشد (گفن و همکاران 2000، جوزکرک و سوربوم 1993). این نتایج نشان می دهد که مدل ساختاریا داده ها برازش دارد.

شکل 2 ضرایب مسیر و نتایج آزمون فرضیه را نشان می دهد خود کارامدی دانش، روابط اجتماعی، و هنجار متقابل ارتباط با جهت گیری مشارکت ارتباط معنی دار نداشتند و تنها لذت کمک کردن ارتباط معنی دار داشت. از این روی فرض، 1، 3 و 4 تایید شدند. خود کارامدی دانش، روابط اجتماعی، و هنجار متقابل و جهت گیری مشارکت ارتباط معنی داری با فعالیت های تسهیم دانش نشان دادند در حالی که لذت کمک کردن با فعالیت های تسهیم دانش رابطه معنی داری نداشت. 77.3 درصد واریانس مشارکت شخص ثالث تایید شد. از این روی فرضیات 5، 7، 8 و 9 تایید شد. فعالیت های تسهیم دانش ارتباط معنی داری با عملکرد شغلی داشت و این 52.7 درصد واریانس عملکرد شغلی را تایید می کند به طوری که فرضیه 10 تایید شد

Construct	Mean (SD)	SEC	ENH	SIT	NOR	TIU	KSA	JOP
SEC	4.448 (1.451)	0.772						
ENH	4.566 (1.454)	0.720	0.875					
SIT	3.625 (1.691)	0.606	0.593	0.908				
NOR	4.322 (1.399)	0.639	0.736	0.661	0.854			
TIU	4.116 (1.492)	0.618	0.499	0.594	0.582	0.855		
KSA	3.352 (1.615)	0.677	0.622	0.767	0.734	0.712	0.827	
JOP	4.090 (1.483)	0.606	0.594	0.610	0.679	0.586	0.692	0.917

Note: Leading diagonals represent the square root of the average variance extracted between the constructs and their measures, while off-diagonal entries are the correlations among constructs.

## جدول 7

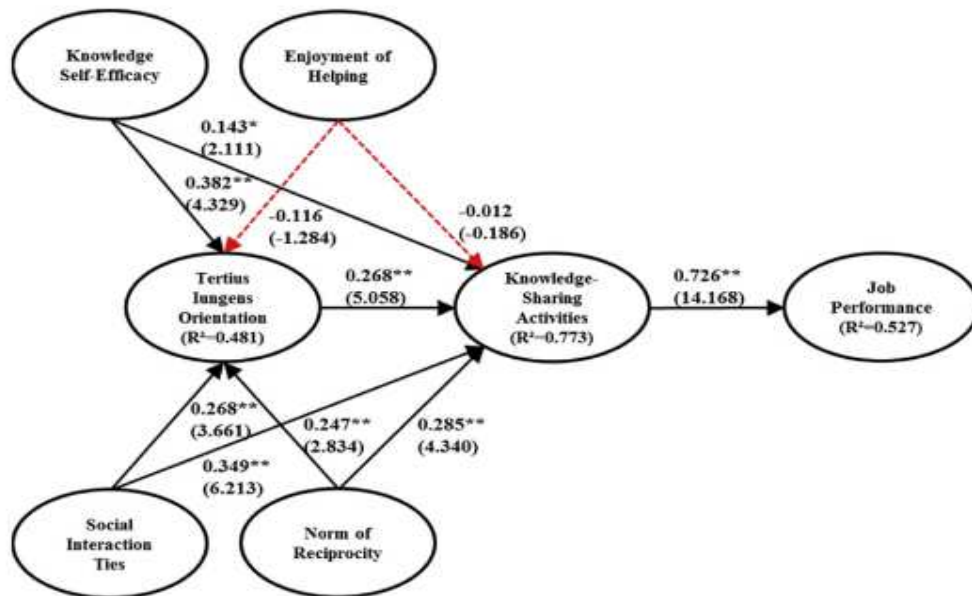
### 6-بحث

این مطالعه به بررسی اثر مشارکت شخص ثالث در فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی پرداخت که به نوبه خود بر عملکرد شغلی نیز تاثیر می گذارد. افرادی که به طور فعال از رسانه های اجتماعی استفاده می کنند، دانش و اطلاعات مورد استفاده خود را برای حل مسائل کسب می کنند. از این روی، در زمینه فعالیت به اشتراک گذاری رسانه های اجتماعی که شامل معرفی افراد غیر مرتبط است، نقش مهم در تسهیم اطلاعات و تبادل دانش مبرهن شده است. هس (2013) پیشنهاد کرده است که نقش اشتراک شبکه در رسانه های خبری مستلزم ایجاد پل زنی و ارتباط برای کنترل انواع اطلاعات تسهیم شده بین افراد برای ارتباط افراد در فضا های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می باشد. در رابطه با تلاش های مربوط به رسانه های اجتماعی شرکتی، فعالیت های به اشتراک گذاری

منجر به توسعه ساختار های شبکه ای با ارتباط قوی می شوند (ابستفلد 2005) که در آن دانش و اطلاعات به طور یکنواختی با معرفی افرادی که هنوز با هم ارتباط ندارند انتقال می شود. این می تواند موجب موثر تر شدن تسهیم دانش شود. هدف این مقاله بررسی اثر به اشتراک گذاری شبکه بر روی فعالیت های تسهیم دانش و عملکرد شغلی فردی در محیط رسانه های اجتماعی شرکت می باشد. نتایج تجربی نشان می دهد که خودکارآمدی دانش، پیوند های اثرات متقابل اجتماعی و هنجار عمل متقابل اثر مثبتی بر روی فعالیت های به اشتراک گذاری شبکه و فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارند ضمن این که لذت بردن از کمک اثر معنی داری ندارد. به علاوه جهت گیری به اشتراک گذاری شبکه اثر معنی داری بر روی فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارد که به نوبه خود عملکرد شغلی فرد را تحت تاثیر قرار می دهد. فرضیات ما در خصوص این مرحله بر اساس تئوری شناختی و تئوری سرمایه اجتماعی است. در دومین مرحله، فعالیت تسهیم دانش از طریق اشتراک شبکه توسعه داده می شود. در مرحله نهایی، اثر جهت گیری اشتراک دانش بر عملکرد شغلی افراد از طریق فعالیت های تسهیم دانش اشکار سازی می شود.

نتایج تجربی نشان می دهد که خودکارآمدی دانش، پیوند های اثرات متقابل اجتماعی و هنجار عمل متقابل اثر مثبتی بر روی فعالیت های به اشتراک گذاری شبکه و فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارند ضمن این که لذت بردن از کمک اثر معنی داری ندارد. به علاوه جهت گیری به اشتراک گذاری شبکه اثر معنی داری بر روی فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارد که به نوبه خود عملکرد شغلی فرد را تحت تاثیر قرار می دهد. فرضیات ما در خصوص این مرحله بر اساس تئوری شناختی و تئوری سرمایه اجتماعی است. در دومین مرحله، فعالیت تسهیم دانش از طریق اشتراک شبکه توسعه داده می شود. در ابتدا مشخص شد که لذت کمک کردن که درجه لذت ناشی از کمک به سایرین است، اثر معنی داری بر روی مشارکت نداشت/ از این روی احساس لذت زیادی به دلیل کمک به دیگران وجود دارد این لذت موجب معرفی فعال افراد غیر مرتبط برای تشکیل روابط جدید نمیشود. در محیط های آنلاین، نظیر رسانه های اجتماعی، می توان شبکه های اجتماعی مختلف را با افراد فراتر از موانع فرهنگی و منطقه ای ایجاد کرد که نشان دهنده محیط های افلاین است. با این حال چون اثرات متقابل کمی بر اساس اعتماد وجود دارد شبکه ها در محیط های آنلاین بر مبنای ارتباطات ضعیف هستند. به علاوه، نحت این شرایط، افراد سعی می کنند تا مزیت های مستقیم و کوتاه مدت را به دست

بیاورند تا مزیت های بلند مدت. از نظر رسانه های اجتماعی شرکتی، می توان یک سری نتایج را برای توجیه روابط غیر معنی دار کسب کرد. معرفی افراد در شبکه نوعی تسهیم دارایی است که ارزش بیشتری از تسهیم تخصص و دانش دارد. افراد معمولاً روابط جدیدی را ایجاد می کنند که این به نوبه خود موجب تضعیف روابط فعلی با سایر افراد می شود و از این روی امکان تسهیم اطلاعات منفی در مورد آن ها وجود دارد. به علاوه افرادی با اخلاقیات نوع دوستی تنها به دنبال کمک کردن به سایرین هستند و از این روی از ارتباط بین افراد دیگر امتناع می کنند. در نتیجه، می توان حدس زد که لذت کمک بر جهت گیری مشارکت در محیط های رسانه های اجتماعی اثری ندارد. دوما پی برده شده است که لذت کمک اثر معنی داری بر فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی ندارد. این یافته ها بر خلاف یافته های کانکالی 2005 و لین 2007 می باشند که به این نتیجه رسیدند فردی که حس لذت را از کمک به سایرین از طریق این ابزار ها کسب می کند، انگیزه زیادی برای مشارکت در فعالیت های تسهیم دانش دارد. با این حال نتایج این مطالعه همسو با نتایج واسکو و فرح 2005 می باشد آن ها قادر به تایید اثر لذت کمک کردن بر روی حجم و مفید بودن مقدار دانش نبودند. این رابطه در تحقیق ما معنی دار نبوده است زیرا دانش تخصصی زیادی ممکن است مانع از فعالیت های تسهیم دانش شود. رفتار دانش آفرینی موجب می شود تا فرد حس کند که جایگاه اجتماعی بالاتری دارد (تیبوت، کلی 1959، تورن و کانلی 1987). در محیط رسانه اجتماعی، بسیاری از افراد قادر به اشتراک دانش هستند و این می تواند لذت آفرین باشد.



شکل 2

## 7- نتیجه گیری

این مطالعه فرایند موثر فعالیت های تسهیم دانش را در محیط رسانه های اجتماعی بر روی عملکرد شغلی تایید کرد. نقش مشارکت اشخاص ثالث در رابطه با رسانه های اجتماعی تایید شده است. برای دست یابی به این هدف، این تحقیق عوامل موثر بر مشارکت و فعالیت های تسهیل دانش را شناسایی کرد. از دیدگاه تئوری شناختی اجتماعی، لذت کمک کردن که اشاره به نوع دوستی دارد یک انگیزه ذاتی و درونی فردی برای رفتار انسان است. بر طبق گفته کولاک (1999)، افراد از کمک به یک دیگر لذت می برند و تصور می کنند که کمک به سایرین برای مواجهه با مشکلات از طریق تسهیم دانش امری خوب است. چانگ، لی، و لی 2013 بیان می دارد که اعضای جامعه قضاوت هایی را در مورد رفتار های تسهیم دانش با در نظر گرفتن انتظارات خود از تسهیم دانش و لذت کمک به سایرین می کنند. وقتی که اعضای جامعه قادر به کمک به سایر اعضا باشند، آن ها احساس رضایت کرده و این رضایت بر قصد آن ها برای تداوم تسهیم دانش در جامعه آنلاین اثر دارد. بر طبق تئوری شناخت اجتماعی، رفتار افراد تحت تاثیر عوامل اجتماعی و شناختی فردی است. مطالعات موجود مربوط به تئوری شناخت اجتماعی، اهمیت اثر عوامل اجتماعی را نادیده گرفته اند و دلایلی را مبنی بر این که چگونه سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی توسعه می یابد را ارائه نمی کنند. لین (2001) سرمایه اجتماعی را به صورت منابعی تعریف می کند که در قالب ساحتار اجتماعی قرار می گیرد و مورد دسترسی و استفاده است. باردیو و واکتات (1992) بیان می دارند که سرمایه اجتماعی، جمع منابع واقعی یا مجازی می باشد که که یک فرد یا گروه با داشتن شبکه مقاوم آن را انباشته می کنند. تفاوت در سرمایه اجتماعی افراد نشان می دهد که چرا عملکرد یک فرد بیش از عملکرد سایرین است. مقادیر سرمایه اجتماعی بستگی به مقیاس شبکه اجتماعی و حوزه تعاملات اجتماعی افراد درون شبکه دارد. با مصاحبه از کاربران سیستم مدیریت دانش، هی، جیائو و وی 2009 پی بردند که داشتن پیوند های قوی در روابط اجتماعی یک عامل موثر در توسعه نگرش مثبت به دانش افرینی در سیستم های مدیریت دانش است. به علاوه نتایج نشان داد که تفاوت معنی دار در نگرش افراد در استفاده از سیستم های مدیریت دانش بین گروه هایی وجود دارد که شامل افراد با روابط اجتماعی بیشتر و گروه ها شامل افراد با روابط اجتماعی کم تر است. لئو نادری و همکاران 2013، رسانه های اجتماعی در محیط های کار را رسانه های اجتماعی شرکتی نامیدند به طوری که بستر های وب محوری هستند که به کارکنان امکان 1- برقراری پیام ها را با همکاران یا انتشار پیام به هر کس در

سازمان می دهند2- به طور صریح یا غیر صریح برخی کارکنان را به صورت شرکای ارتباطی در نظر بگیرند 3- متون و فایل های مربوط به خود و سایرین را پست کرده، ویرایش کنند و یا مرتب کنند 4- پیام ها، ارتباطات، متون و فایل های پست شده، ادیت شده و مرتب شده توسط افراد دیگر را در سازمان در هر زمان مشاهده کنند. با کمک فناوری وب، رسانه های اجتماعی را می توان با ابزار های مختلف رسانه ای نظیر ویدئویی، صوتی یا تصاویر و ابزار های ارتباطی مختلف نظیر برنامه های چت، برنامه های ویدئو کنفرانس و ادیو کنفرانس و یا سیستم های بازخورد ترکیب کرد. از طریق رسانه های اجتماعی، کارکنان می توانند به آسانی نه تنها دانش صریح خود را از طریق ارتباطات کتبی بلکه دانش ضمنی خود را به اشتراک بگذارند. رسانه های اجتماعی موجب غنی تر شدن دانش تسهیم شده می گردند و به نوبه خود فعالیت های تسهیم دانش را تقویت می کنند. جای و کیم 2012 خاطر نشان کرده اند که روابط اجتماعی اثر مثبتی بر روی حس تعلق کاربران داشته و کاربران را منجر به افزایش تعهد نسبت به حفظ ارتباط با سایر اعضا می کند. و این می تواند نقش مهمی در توضیح رفتار ها و عملکرد فردی از نظر توری سرمایه اجتماعی ایفا کند. هم چنین اعضای سازمان قادر به تسهیم دانش از طریق مشارکت در شبکه های اجتماعی هستند. افزایش فعالیت های تسهیم دانش موجب حفظ روابط اجتماعی نزدیک با سایرین می شود. تسهیم دانش از طریق تلاش های فردی صورت می گیرد و مستلزم تعامل فعال با سایر افرادی هستند که نیازمند دانش می باشند. ارتباط متقابل یکی از مزیت های مشارکت در تبادل اجتماعی است. تحقیقات نشان داده است که بیشتر اعضای جوامع آنلاین انتظار دارند که سرمایه گذاری ان ها با سود همراه باشد در وهله دوم، این مطالعه، مشارکت شخص ثالث را به عنوان یک متغیر جدید در نظر گرفته و آن را به عنوان عاملی می داند که رابطه بین فعالیت های تسهیم دانش و عملکرد شعلی را در رسانه های اجتماعی تعدیل می کند. نقش اشتراک شبکه در رسانه های خبری مستلزم ایجاد پل زنی و ارتباط برای کنترل انواع اطلاعات تسهیم شده بین افراد برای ارتباط افراد در فضا های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می باشد. در رابطه با تلاش های مربوط به رسانه های اجتماعی شرکتی، فعالیت های به اشتراک گذاری منجر به توسعه ساختار های شبکه ای با ارتباط قوی می شوند( ابستفلد 2005 و سینگ 2008) که در آن دانش و اطلاعات به طور یکنواختی با معرفی افرادی که هنوز با هم ارتباط ندارند انتقال می شود. این می تواند موجب موثر تر شدن تسهیم دانش شود. هدف این مقاله بررسی اثر به اشتراک گذاری شبکه بر روی فعالیت های تسهیم دانش و عملکرد شغلی فردی در محیط رسانه های اجتماعی

شرکت می باشد. نتایج تجربی نشان می دهد که خودکارآمدی دانش، پیوند های اثرات متقابل اجتماعی و هنجار عمل متقابل اثر مثبتی بر روی فعالیت های به اشتراک گذاری شبکه و فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارند ضمن این که لذت بردن از کمک اثر معنی داری ندارد. به علاوه جهت گیری به اشتراک گذاری شبکه اثر معنی داری بر روی فعالیت های تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی دارد که به نوبه خود عملکرد شغلی فرد را تحت تاثیر قرار می دهد. فرضیات ما در خصوص این مرحله بر اساس تئوری شناختی و تئوری سرمایه اجتماعی است.

در مرحله سوم این مطالعه یک مدل نظری یکپارچه را ارائه می کند که بر مبنای تئوری سرمایه اجتماعی و تئوری شناخت اجتماعی است. این نشان می دهد که افراد دانش خود را از طریق رسانه های اجتماعی تسهیم نمی کنند زیرا یک حس لذت را از کمک به دیگران کسب می کنند. خودکارآمدی دانش، لذت کمک کردن، پیوند تعامل اجتماعی و هنجار عمل متقابل. تفاوت در سرمایه اجتماعی افراد نشان می دهد که چرا عملکرد یک فرد بیش از عملکرد سایرین است. مقادیر سرمایه اجتماعی بستگی به مقیاس شبکه اجتماعی و حوزه تعاملات اجتماعی افراد درون شبکه دارد. با مصاحبه از کاربران سیستم مدیریت دانش، هی، جیائو و وی 2009 پی بردند که داشتن پیوند های قوی در روابط اجتماعی یک عامل موثر در توسعه نگرش مثبت به دانش آفرینی در سیستم های مدیریت دانش است. به علاوه نتایج نشان داد که تفاوت معنی دار در نگرش افراد در استفاده از سیستم های مدیریت دانش بین گروه هایی وجود دارد که شامل افراد با روابط اجتماعی بیشتر و گروه ها شامل افراد با روابط اجتماعی کم تر است. جای و کیم 2012 خاطر نشان کرده اند که روابط اجتماعی اثر مثبتی بر روی حس تعلق کاربران داشته و کاربران را منجر به افزایش تعهد نسبت به حفظ ارتباط با سایر اعضا می کند. و این می تواند نقش مهمی در توضیح رفتارها و عملکرد فردی از نظر تئوری سرمایه اجتماعی ایفا کند. هم چنین اعضای سازمان قادر به تسهیم دانش از طریق مشارکت در شبکه های اجتماعی هستند. افزایش فعالیت های تسهیم دانش موجب حفظ روابط اجتماعی نزدیک با سایرین می شود. تسهیم دانش از طریق تلاش های فردی صورت می گیرد و مستلزم تعامل فعال با سایر افرادی هستند که نیازمند دانش می باشند. ارتباط متقابل یکی از مزیت های مشارکت در تبادل اجتماعی است. تحقیقات نشان داده است که بیشتر اعضای جوامع آنلاین انتظار دارند که سرمایه گذاری آن ها با سود همراه باشد.



پنجما، این مطالعه نشان می دهد که هنجار عمل متقابل اثر معنی داری در زمینه های رسانه های اجتماعی دارد. به منظور تقویت تسهیم دانش فعال، شرکت ها بر شاخص های سازمانی برای بهبود هنجار اثر متقابل تاکید دارند. برای مثال مدیران می نوانند جوی را ایجاد کنند که برای فعالیت تسهیم دانش موثر است و این کار از طریق یک سیستم اطلاعاتی ای صورت می گیرد که موجب تسهیل تبادل دانش مفید بین اعضا در سازمان می شود. مدیران هم چنین روش هایی را در نظر می گیرند که یک فرهنگ متقابل از تبادل دانش را با عمومی سازی دانش برای ذی نفعان ایجاد می کند. به علاوه، چون هنجار متقابل بر اساس اعتماد بین افرادی است که تسهیم کننده دانش هستند. شاخص ها بایستی طوری به کار گرفته شوند که موجب بهبود سطح اعتماد بین اعضای سازمان می شود. یک روش احتمالی آزاد سازی سطح مناسبی از اطلاعات فردی برای اعضای است که اقدام به تسهیم دانش در رسانه های اجتماعی می کنند نظیر نام، دانشگاه یا تصاویر. تا بتوانند بهتر اطلاعات را چست و چو کنند. این نوع ارایش و تمهیدات موجب می شود تا اعضا اقدام به تسهیم دانش به شکلی صادقانه کنند و این در نهایت با افزایش حس مسئولیت پذیری در تسهیم دانش همراه است.

اگرچه این مطالعه دارای پیامد های متعددی برای تحقیقات آینده است، با این وجود دارای چندین محدودیت است. اولاً، چون ما از روش مطالعه مقطعی استفاده می کنیم این مطالعه متغیر های موجود در مدل تحقیق با استفاده از نظر سنجی را بررسی کرد. از این روی مطالعه طولی در آینده امکان درک تغییرات در عوامل موثر بر روی فعالیت های تسهیم دانش را می دهد.

دوما چون این مطالعه ادراکات فردی را بر اساس پرسش نامه اندازه گیری کرد، نباید اندازه گیری های ذهنی را نادیده گرفت. تحلیل شبکه اجتماعی یک روش مفید برای بررسی تبادل الگوی تعاملی فعالان در واحد های اجتماعی است. برای غلبه بر محدودیت فوق در آینده، تحلیل مربوطه باید شامل شاخص های تحلیلی شبکه های اجتماعی نظیر تراکم و شبکه باشد.

سوما، عملکرد شغلی بر اساس نظرات ذهنی و قضاوت های ارایه شده توسط شرکت کننده های نظر سنجی بود و این می تواند از نبود عینیت رنج ببرد. به همین منظور صحت سنجی تجربی در مطالعات آینده برای استفاده از شاخص های عملکردی برای اندازه گیری عملکرد شغلی افراد لازم است.

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