



Social Networks and Knowledge Management: A Survey on the Use of Social Media and Prophets for Students of Top Universities in Tehran

Mohammad Sadegh Afrasiabi¹ | Masoud Kowsari^{2✉} | Hassan Bashir³ Hossein EbrahimAbadi⁴

1. PhD in Cultural Policy from the Institute of Cultural and Social Studies of the Ministry of Science, Research and Technology, Tehran, Iran. E-mail: afrasyabi@gmail.com
2. Corresponding Author, Associate Professor, Department of Social Communication, University of Tehran, Tehran, Iran. E-mail: mkousari@ut.ac.ir
3. Professor, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University, Tehran, Iran. E-mail: bashir@isu.ac.ir
4. PhD of Educational Sciences and Associate Professor of the Institute of Cultural and Social Studies of the Ministry of Science, Research and Technology, , Tehran, Iran. E-mail: ebrahimabadi@iscs.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received: 19 February 2021 Received in revised form: 10 June 2021 Accepted: 19 June 2021</p> <p>Keywords: Social networks, Knowledge management, Students, Tehran universities, Policy making</p>	<p>Objective: One of the characteristics of the networking community is the development of 'social and messenger' networks, including the functions of these networks, knowledge and information management. The present article aims to answer the question of how well the students of Tehran's top universities as community elites have been able to use the aforementioned networks for this purpose.</p> <p>Methodology: A random sampling method was used among the students of Tehran University of Excellence based on the ranking of the Islamic World Science Citation Database to provide a description of the current situation. In-depth interviews were used to delve deeper into the findings and provide policy-making strategies.</p> <p>Finding: While 50.5% of students believe that these networks have become part of their daily lives, the majority of students are simply content consumers with political content preferences. Most content related to the lessons is simply following the news of the classes. According to indicators set to measure the extent to which students use these networks for knowledge management, 5% of students do not use these networks for knowledge management at all. 3% use low and very small amounts, 15.5% use very high and 28.4% use some of these networks for knowledge management. Policy research strategies for modifying the pattern of use of these networks are suggested below.</p>

Cite this article: Afrasiabi, M., Kosari, M., Bashir, H., & EbrahimAbadi, H. (2021). Social networks and knowledge management: A survey on the use of social media and prophets for students of top universities in Tehran. *Academic Librarianship and Information Research*, 55 (2), 49-62. DOI :10.22059/JLIB.2022.250916.1294



شبکه‌های اجتماعی و مدیریت دانش: بررسی میزان استفاده دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان برای مدیریت دانش

محمدصادق افراسیابی*، مسعود کوثری^۱، حسن بشیر^۲، حسین ابراهیم‌آبادی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۰۱ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۰/۳/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۳/۲۹

چکیده:

هدف: یکی از ویژگی‌های جامعه شبکه‌ای، گسترش شبکه‌های «اجتماعی و پیام‌رسان» و از جمله کارکردهای این شبکه‌ها، مدیریت اطلاعات و دانش است. مقاله حاضر قصد دارد به این پرسش پاسخ دهد که دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران به عنوان نخبگان جامعه تا چه اندازه توانسته‌اند از شبکه‌های یاد شده برای مدیریت دانش استفاده کنند؟

روش پژوهش: از روش پیمایشی با نمونه‌گیری تصادفی در میان دانشجویان ۷ دانشگاه ممتاز تهران بر اساس رتبه‌بندی پایگاه استنادی علوم جهان اسلام برای ارائه توصیفی از وضعیت فعلی استفاده شده است. برای تحلیل عمیق‌تر یافته‌ها و ارائه راهبردهایی از جنس سیاستگذاری از مصاحبه عمیق استفاده شده است.

یافته‌ها: در حالی که ۵۰٫۱ درصد دانشجویان معتقدند شبکه‌های مذکور به بخش از زندگی روزمره ایشان تبدیل شده است، اکثریت دانشجویان، صرفاً مصرف‌کننده محتوا یا اولویت محتوای سیاسی هستند. بیشترین محتوای مرتبط با دروس، صرفاً دنبال کردن اخبار کلاس‌هاست. بر اساس شاخص‌های تعیین شده برای سنجش میزان استفاده دانشجویان از این شبکه‌ها برای مدیریت دانش، ۷ درصد دانشجویان به هیچ وجه از شبکه‌های یاد شده برای مدیریت دانش استفاده نمی‌کنند. ۴۹ درصد در مقادیر کم و خیلی کم، ۱۵٫۵ درصد در مقادیر خیلی زیاد و زیاد و ۲۸٫۴ درصد تا حدودی از شبکه‌های مذکور برای مدیریت دانش استفاده می‌کنند. در ادامه پژوهش راهبردهایی از جنس سیاستگذاری برای اصلاح الگوی استفاده از این شبکه‌ها پیشنهاد شده است.

نتیجه‌گیری: شبکه‌های اجتماعی از ظرفیتی بسیار مهم برای مدیریت دانش برخوردار هستند و اساساً مفهوم شبکه‌های اجتماعی و مدیریت دانش به دلیل ناشی شدن هر دو مفهوم از انقلاب اطلاعاتی، توسعه جوامع اطلاعاتی و در نهایت شکل‌گیری و توسعه شبکه‌های اجتماعی دارای پیوندی اجتناب‌ناپذیر با یکدیگر هستند. یافته‌ها نشان داد که در سطح ۷ دانشگاه ممتاز شهر تهران هنوز استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش در سطح مطلوبی نیست؛ اما تنها ۷ درصد دانشجویان از هیچ‌یک از گویه‌های مرتبط با مدیریت دانش شامل اخذ مشاوره‌های علمی و پژوهشی از استادان، استفاده از ظرفیت کار تیمی برای فعالیت‌های علمی و ... استفاده نکرده‌اند.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی؛ مدیریت دانش؛ دانشجویان؛ دانشگاه‌های تهران؛ سیاستگذاری

استناد: افراسیابی، محمدصادق؛ کوثری، مسعود؛ بشیر، حسن، و ابراهیم‌آبادی، حسین (۱۴۰۰). شبکه‌های اجتماعی و مدیریت دانش:

بررسی میزان استفاده دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان برای مدیریت دانش: تحقیقات

کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی، ۵۵(۲)، ۴۹-۶۲. DOI: 10.22059/JLIB.2022.250916.1294.62-49

^۱ دکترای سیاستگذاری فرهنگی مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران. رایانامه: afraasyabi@gmail.com

^۲ دکترای جامعه‌شناسی ارتباطات بین‌الملل و استاد تمام دانشگاه امام صادق، تهران. رایانامه: bashir@isu.ac.ir

^۳ دکترای جامعه‌شناسی و دانشیار گروه آموزشی ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران. رایانامه: mkousari@ut.ac.ir

^۴ دکترای علوم تربیتی و دانشیار مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران. رایانامه: ebrahimabadi@iscs.ac.ir

۱. مقدمه

تعاریف متعددی از مدیریت دانش ارائه شده است. طبق تعریف هانگ، مدیریت دانش عبارت است از تبادل، به اشتراک‌گذاری و گردش اطلاعات و دانش به نحوی که باعث هم‌افزایی در دانش و ایجاد دانش جدیدی شود که از مجموع دانش هر فرد بالاتر است (هانگ؛ ۲۰۰۶: ۱۲۲). همزمان با انقلاب اطلاعاتی، شکل‌گیری جوامع اطلاعاتی و توسعه جوامع شبکه‌ای، روزه‌روز بر اهمیت دانش به عنوان منبعی عظیم برای برتری در رقابت‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی افزوده شده است. این امر تا جایی پیش رفته است که در اقتصاد دانش‌محور، منشأ قابل‌اطمینان برای مزیت رقابتی، تولید، به اشتراک‌گذاری و به کارگیری اطلاعات است. بنابراین، در عصر حاضر «گروه‌های موفق اجتماعی کسانی هستند که بتوانند سرمایه‌های علمی خود را به شکل پایدار و باثبات در قالب فعالیت‌های عملیاتی مدیریت کنند تا اهداف خود را به سرانجام رسانده و به بهره‌وری بالاتری دست‌یازند» (دراگ و دیگران، ۲۰۰۳: ۵۴۱-۵۶۸). شواب، آوجی و کاماچو تا کرمن معتقدند که شبکه‌های اجتماعی، مکانیزم‌های قدرتمندی برای تسهیم دانش و اطلاعات هستند و به منظور توسعه پایدار ارتقاء می‌یابند (شواب، آوجی و کاماچو، ۱۳۹۶: ۱۵). از سوی دیگر، «یکی از مهمترین منابع قدرت تأثیرگذار در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی هر جامعه، دانشگاه‌ها هستند که مرکز تولید و اشاعه علم و فکر و فرهنگ هستند» (ذکایی و خطیبی؛ نقل در: اشتیاقی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۲۱). بر همین اساس به نظر میرسد چنانچه از شبکه‌های اجتماعی در نهاد دانشگاه برای مدیریت دانش و اطلاعات استفاده شود، میتوان از این بستر برای توسعه علمی، آموزشی و پژوهشی کشور با هدف نیل به توسعه پایدار بهره‌برداری نمود. سپهری و ریاحی معتقدند اهمیت قابلیت اجتماعی‌سازی، خارجی‌سازی، جستجو و بازیابی، حافظه تعاملی و فرادانش و سایر ظرفیت‌های موجود در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی باعث شده است که از شبکه‌های مذکور به عنوان ابزاری برای مدیریت دانش یاد شود (سپهری و ریاحی، ۱۳۸۹: ۸۱). در همین زمینه مطالعات کروس نشان می‌دهد که چگونه تشکیل گروه‌های مجازی در زمینه آموزش و یادگیری باعث افزایش مشارکت علمی دانشجویان می‌شود (کروس؛ ۱۹۹۸). به همین دلیل شاید بتوان گفت به اشتراک‌گذاری دانش یکی از کارکردهای شبکه‌های اجتماعی در دانشگاه‌های کشورهای توسعه‌یافته است. در این کشورها شاهد تشکیل برخی گروه‌ها در شبکه‌های

¹ Hung

² Droge

³ Cross

اجتماعی اینترنتی برای تولید علم، به اشتراک‌گذاری دانش و مدیریت دانش هستیم. در این زمینه می‌توان به مطالعات بیلاکزیچ^۱ (۱۹۹۹) و رووی^۲ (۲۰۰۲) اشاره کرد که بیانگر مشارکت دانشجویان در مباحث علمی و دانشگاهی و تأمین نیازهای علمی و آموزشی ایشان از طریق شبکه‌های اجتماعی است. در این پژوهش با توجه به آنچه بیان شد، تلاش شد تا به دو سؤال پاسخ داده شود:

۱. وضعیت استفاده دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران (در مقایسه با دانشجویان کشورهای توسعه‌یافته) در زمینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان برای مدیریت دانش چگونه است؟
۲. چه سیاست‌ها و برنامه‌هایی برای اصلاح الگوی مصرف شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان در میان دانشجویان پیشنهاد می‌شود؟

بر همین اساس، با هدف پاسخگویی به سؤال اول با استناد به نتایج پژوهش‌های انجام شده، ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان برای مدیریت دانش در میان دانشجویان و استادان دانشگاه‌ها بررسی شده و از طریق انجام پیمایش به روش تصادفی، وضعیت کنونی دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان برای مدیریت دانش بیان شد. همچنین در ادامه با استفاده از مصاحبه عمیق، راهبردهایی از جنس سیاستگذاری برای اصلاح الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هدف ترویج مدیریت دانش پیشنهاد می‌شود.

۲. رسانه‌های اجتماعی، آموزش و مدیریت دانش

هر چند هدف از توسعه نظام مدیریت دانش، پشتیبانی و تقویت فرایندهای تولید، ذخیره، بازیابی و به کارگیری دانش است، اما در این مقاله با این سؤال مواجه هستیم که نقطه تلاقی دانشجویان، شبکه‌های اجتماعی و مدیریت دانش کجاست؟ از یک سو، علوی و لیدنر^۳ نظام‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات تعریف کرده‌اند (علوی و لیدنر، ۲۰۰۱) و از سوی دیگر، امروزه شاهد رشد روز افزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان هستیم. بر اساس آخرین نظر سنجی انجام شده توسط ایسپا، استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در میان افراد دارای تحصیلات دانشگاهی به مراتب بیشتر از سایرین است. به این ترتیب که ۷۵ درصد افرادی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند عضو حداقل یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند، در حالی که این میزان برای افراد

^۱ Bielaczyc

^۲ Rovai

^۳ Alavi & Leidner

دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر برابر با ۳۹ درصد است (ایسپا، ۱۳۹۴: ۲۶). همچنین مطالعات مارگارین و لیتل جان حاکی از آن است که شرکت در مباحث گروهی به یکی از اجزای جدایی‌ناپذیر زندگی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی تبدیل شده است (مارگارین و لیتل جان، ۲۰۱۱). بر اساس مطالعات انجام شده توسط حمزه سعادمحمد نیز حضور در شبکه‌های اجتماعی بخشی از زندگی روزانه هر دانشجو است (سعادمحمد، ۲۰۱۵: ۱۶) و به تعبیر جوردانو استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان به قدری افزایش یافته است که دیگر سؤال مطالعات پژوهشی این نیست که آیا دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند یا خیر؟ بلکه سؤال این است که دانشجویان چگونه و با چه اهدافی از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند؟ (جوردانو، ۲۰۱۱). ادبیات حاکم بر مطالعات و پژوهش‌های مرور شده حاکی از آن است که پژوهش‌های انجام شده در کشورهای توسعه‌یافته به این جمع‌بندی رسیده‌اند که در صورت طراحی گروه‌های کلاسی در شبکه‌های اجتماعی و ایجاد شبکه‌های تخصصی علمی، شاهد مدیریت دانش مرتبط با دروس دانشگاهی در میان دانشجویان خواهیم بود. به عنوان نمونه، برهومی در پژوهش خود به این نتیجه رسیده است که استفاده از نرم‌افزار واتس‌آپ و تشکیل اجتماعات آنلاین درسی، باعث تقویت همکاری و مشارکتهای علمی دانشجویان در زمینه‌های مختلف هم در خانه و هم در دانشگاه شده و باعث می‌شود دانشجویان به بحث درباره محتوای آموزشی تدریس شده در کلاس پردازند (برهومی، ۲۰۱۵: ۲۲۳). استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری برای مدیریت دانش در دانشگاه‌های جهان امری است که در پژوهش استریجوس و فیشر هم به آن اشاره شده است. استریجوس و فیشر در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که استفاده هدفمند از شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان با حضور حداقل یک مدرس و یا مجموعه‌ای از استادان دانشگاه‌ها با هدف به اشتراک‌گذاری و مدیریت دانش باعث افزایش سطح یادگیری و آموزش دانشجویان می‌شود (استریجوس و فیشر، ۲۰۰۷). همچنین مرسیر و هیگینز با بررسی یک گروه مجازی که در حوزه علوم ریاضی فعالیت می‌کرد متوجه شدند که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به افزایش انگیزه علمی دانشجویان و نگرش مثبت ایشان نسبت به فعالیت‌های علمی منجر شود (نقل در: برهومی، ۲۰۱۵: ۲۲۵). علاوه بر

¹ Margaryan & Littlejohn

² SaadMohamed

³ Giordano

⁴ WhatsApp

⁵ Barhoumi

⁶ Strijbos & Fischer

آنچه اشاره شد، برخی پژوهش‌های دیگر نیز با استفاده از شیوه‌های کمی و کیفی توانسته است نشان دهد چگونه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با تکیه بر موضوع سرمایه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به مدیریت دانش شود. بر اساس پژوهش «نقش استفاده درسی از فیس‌بوک بر اعتبار اساتید» در دانشگاه اوهایو آمریکا، نتایج تحقیق میزر و دیگران در میان ۱۲۹ دانشجوی مقطع کارشناسی نشان داد حضور استادان در فیس‌بوک باعث بیشتر شدن اعتبار استادان و کسب اعتماد و شکل‌گیری روابط دوستانه میان استادان و دانشجویان شده و از این طریق به بهبود روند یادگیری دانشجویان منجر می‌شود (میزر^۱ و دیگران، ۲۰۰۹). الیسون و استینفیلد نیز پیش از این در سال ۲۰۰۷ پژوهشی را با عنوان «مزایای دوستان فیس‌بوکی: سرمایه اجتماعی و کاربرد شبکه‌های اجتماعی در میان دانشجویان» در دانشگاه ارتباطات و رسانه ایالت میشیگان انجام داده بودند که این پژوهش به بررسی تأثیر استفاده از فیس‌بوک به عنوان یک شبکه اجتماعی آنلاین در فرایند ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی و بهبود عملکرد تحصیلی دانشجویان پرداخته است. نتایج این پژوهش و تحلیل رگرسیون انجام شده بیانگر وجود یک رابطه قوی بین کاربرد فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی از یک طرف و بالا رفتن اعتماد به نفس و تأثیر آن در مباحثات علمی میان دانشجویان از سوی دیگر و در نهایت تولید و تبادلات هر چه بیشتر علمی است (الیسون و استینفیلد، ۲۰۰۷). همچنین طبق نتایج پژوهش دیگری با عنوان مطالعه موردی استفاده از فیس‌بوک در تدریس دانشگاهی کشور رومانی، ۵۷ درصد دانشجویان اظهار کرده‌اند که ترجیح می‌دهند تکالیف درسی خود را در گروه‌های کلاسی ایجاد شده در فیس‌بوک انجام دهند، ۳۰ درصد دانشجویان اظهار کرده‌اند که استفاده از فیس‌بوک باعث افزایش قدرت خلاقیت و انگیزه‌های پژوهشی آنها شده است و ۴۴ درصد اظهار کرده‌اند که فیس‌بوک باعث افزایش تمایل دانشجویان به استفاده از منابع اطلاعاتی و دانش لاتین شده است (گروسک^۲ و دیگران، ۲۰۱۱: ۱۴۲۸).

در زمان انجام پژوهش پیش‌رو هر چند در ایران اقدام پژوهشی مشابهی یافت نشد و این امر توسط ایراندک نیز تأیید شد؛ اما در کشورهای توسعه‌یافته ۴۸ پژوهش با موضوعات مشابه یافت شد که در اینجا به نتایج برخی از آنها اشاره شد و نتایج مابقی پژوهش‌ها در نسخه اصلی پژوهش رساله دکتری آمده است. بر اساس نتایج پژوهش‌های مذکور می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان در صورت

¹ Mazer

² Ellison & Steinfield

³ Grosbeck

آموزش سواد اطلاعاتی به دانشجویان می‌تواند به منبعی برای به اشتراک گذاری دانش و در نتیجه ابزاری برای مدیریت دانش تبدیل شوند.

۳. روش‌شناسی تحقیق

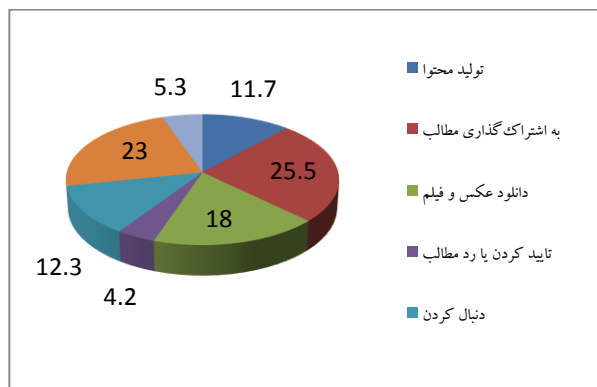
در این پژوهش از روش تلفیقی استفاده شده است. برای توصیف وضعیت استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی از روش پیمایش به شیوه تصادفی و برای تحلیل یافته‌ها و ارائه راهکارهایی از جنس سیاستگذاری برای اصلاح الگوی استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی با هدف ترویج مدیریت دانش از مصاحبه عمیق استفاده شده است. با توجه به اینکه در زمان انجام پژوهش تعداد دانشجویان دولتی دانشگاه‌های تهران، ۴۳۶ هزار و ۴۸۲ نفر بوده است، حجم نمونه با خطای ۵ درصد برابر با ۳۸۴ نفر خواهد بود. از آنجا که این تمایل وجود داشت که حجم نمونه آماری برای دریافت اطلاعات بهتر و دقیق‌تر، بزرگ‌تر باشد، در فرمول شارل کوکران درصد خطای مجاز را به ۱ درصد کاهش دادیم که باعث افزایش حجم نمونه آماری معادل ۷۰۰ نفر شد. بر همین اساس با توجه به عدم دسترسی به آمار تفکیکی هر یک از دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران و عدم «همکاری و پاسخگویی» اکثریت ایشان علیرغم مکاتبات و پیگیری‌های انجام شده از سوی پژوهشگر و پژوهشکده مطالعات فرهنگی اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سهم هر دانشگاه ۱۰۰ نفر برآورد شد.

لازم به ذکر است اسامی هفت دانشگاه ممتاز شهر تهران بر اساس رتبه‌بندی اعلام شده از سوی دهقانی رئیس پایگاه استنادی علوم جهان اسلام شامل دانشگاه‌های تهران، علامه، شهید بهشتی، صنعتی شریف، علم و صنعت، تربیت مدرس و امیرکبیر است (دهقانی، ۱۳۹۷). از آنجا که انجام آزمون‌های تحلیل واریانس نیازمند این امر است که هر یک از نمونه‌ها حداقل شامل ۳۰ نفر باشد و با توجه اینکه تعداد دانشجویان کارشناسی از دو گروه کارشناسی ارشد و دکتری بیشتر بودند، برای دانشجویان کارشناسی سهم ۴۰ نفری و برای دو گروه دیگر سهم ۳۰ نفری در نظر گرفته شد. تنها استثنا در این مورد دانشگاه تربیت مدرس است که در آن دانشجویان تنها در دو مقطع کارشناسی ارشد و دکتری تحصیل می‌کنند که سهم گروه کارشناسی ارشد ۷۰ نفر و سهم گروه دکتری ۳۰ نفر مشخص شد. در نهایت، فهرستی از تعداد دانشکده‌های هر دانشگاه انتخاب شده و به صورت تصادفی در هر دانشگاه، چهار دانشکده برای مقطع کارشناسی، سه دانشکده برای مقطع کارشناسی ارشد و سه دانشکده برای مقطع دکتری انتخاب شدند که سهم هر دانشکده ۱۰ نفر در نظر گرفته شد. در دانشکده تربیت مدرس هم هفت دانشکده در مقطع کارشناسی ارشد و سه دانشکده در مقطع دکتری به شیوه تصادفی انتخاب

شد. در هر یک از دانشکده‌ها، یک کلاس به صورت تصادفی انتخاب شده و با حضور در کلاس‌های درسی به صورت تصادفی، پرسشنامه‌ها توزیع شد و یافته‌ها گردآوری شدند. همچنین، در ادامه از طریق مصاحبه با استادان متخصص در حوزه شبکه‌های اجتماعی و مدیریت دانش ضمن تحلیل عمیق‌تر یافته‌های پیمایش تلاش شد تا راهبردهایی از جنس سیاستگذاری ارائه شود. مصاحبه‌های عمیق تا حد اشباع نظری ادامه یافت.

۴. تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در ابتدا برای اینکه جایگاه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سبک زندگی دانشجویان مشخص شود از ایشان سؤال شد اگر فقط نیم ساعت فرصت داشته باشید از اینترنت استفاده کنید چه فعالیتی را دنبال خواهید کرد؟ ۵۷,۲ درصد دانشجویان پاسخ دادند در چنین شرایطی از اینترنت برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی استفاده خواهند کرد. این امر بیانگر اولویت استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سبک زندگی دانشجویان است. در ادامه به این موضوع پرداخته شد که استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی با چه رویکردی است؟ همان‌طور که یافته‌های نمودار زیر نشان می‌دهد، مهمترین رویکرد پاسخگویان به اشتراک‌گذاری مطالب با ۲۵,۵ درصد بوده است و پس از آن داللود عکس و فیلم و در نهایت دنبال کردن بوده است که همه این موارد در حوزه مصرف محتواست و تولید محتوا با ۱۱,۷ درصد در رتبه پنجم قرار دارد.



نمودار ۱. رویکرد دانشجویان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی

در سؤال سوم این موضوع مطرح شده است که فارغ از رویکردی که دانشجویان در نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارند چه موضوعاتی را دنبال می‌کنند؟ همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود موضوعات اقتصادی با میانگین ۳,۶۷ از ۶ بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است. پس از آن

موضوعات سیاسی با ۳,۶۴ قرار دارد. رتبه سوم به صورت مشترک مربوط به موضوعات علمی و آموزشی و سرگرمی، جوک و طنز است که ۳,۶۳ را به خود اختصاص داده است. همچنین در سطوح زیاد و خیلی زیاد موضوعات سیاسی بیشترین فراوانی را با ۳۷,۵ درصد به خود اختصاص داده است و در میان موضوعات علمی و آموزشی و موضوعات صرفاً سرگرم کننده که میانگینی یکسان دارند، موضوعات صرفاً سرگرم کننده با ۳۲,۳ درصد در مقادیر زیاد و خیلی زیاد فراوانی بیشتری را به خود اختصاص داده است.

جدول ۱. اولویت‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها

مجموع درصد فراوانی مقادیر زیاد و خیلی زیاد	میانگین	میزان					دنبال کردن، به اشتراک گذاری و تولید محتواهای مختلف با موضوعات زیر	
		اصلاً	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد		
								خیلی زیاد
۳۷,۵	۳,۶۴	۱۳,۷	۱۸,۵	۱۲	۱۸,۲	۲۱	۱۶,۵	موضوعات سیاسی
۲۸,۳	۳,۶۷	۶,۷	۱۴,۷	۲۱,۴	۲۹	۱۸,۵	۹,۸	موضوعات اقتصادی
۲۹,۳	۳,۵۲	۱۰,۲	۱۹,۹	۱۶,۷	۲۳,۸	۱۹,۶	۹,۷	موضوعات فرهنگی اجتماعی
۲۷,۴	۳,۴۶	۱۳,۵	۱۷,۱	۱۹,۷	۲۲,۲	۱۴,۳	۱۳,۱	موضوعات مذهبی
۳۳,۳	۳,۴۸	۱۸,۳	۱۵,۴	۱۵,۴	۱۷,۶	۱۷,۴	۱۵,۹	موضوعات ورزشی
۳۱,۵	۳,۶۳	۸,۲	۱۷,۹	۲۰,۱	۲۲,۴	۱۹,۸	۱۱,۷	موضوعات علمی و آموزشی
۲۵,۹	۳,۳۱	۱۶	۱۷,۸	۱۹,۴	۲۱,۹	۱۶,۵	۹,۴	موضوعات عاطفی و عشقی
۳۲,۷	۳,۳۵	۲۳,۸	۱۶,۱	۱۴,۷	۱۴,۶	۱۴,۲	۱۸,۵	مطالب جنسی
۳۲,۳	۳,۶۳	۱۰,۳	۱۴,۶	۱۹,۶	۲۳,۲	۲۱,۶	۱۰,۷	جوک، طنز و سایر محتواهای صرفاً سرگرم کننده

اگر یافته‌های مربوط به این سؤال و سؤال قبل را با هم مقایسه کنیم، مشخص می‌شود که دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران بیشترین زمان خود را صرف اشتراک گذاری محتواهای ۱. اقتصادی، ۲. سیاسی، ۳. صرفاً سرگرم کننده، و ۴. علمی و آموزشی می‌کنند. از آنجا که مدیریت دانش شامل مفاهیم تبادل اطلاعات و دانش، هم‌افزایی دانش و در نهایت تولید دانش جدید است با توجه به اینکه رویکرد دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران به سمت تولید محتوا نیست. بنابراین، رویکرد غالب در بین دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران، مدیریت دانش نیست. همچنین علی‌رغم اینکه انتظار می‌رود در مجامع دانشگاهی خصوصاً دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران شاهد اولویت داشتن محتوای علمی و

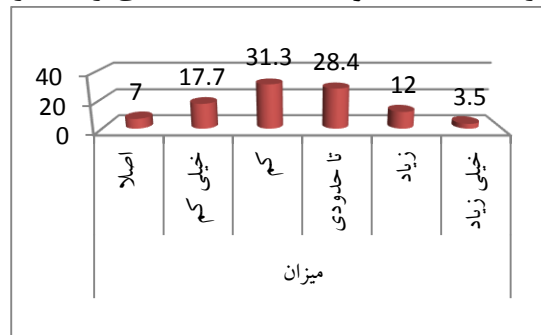
آموزشی باشیم مشاهده می‌شود که محتواهای اقتصادی، سیاسی و سرگرم‌کننده اولویت بیشتری برای دانشجویان دارد. بر اساس نتایج مصاحبه‌های عمیق، برخی از دلایل گرایش دانشجویان به محتواهای اقتصادی، سیاسی و صرفاً سرگرم‌کننده در شبکه‌های اجتماعی موارد زیر است (دلایل کامل گرایش دانشجویان به محتواهای مذکور بر اساس مصاحبه‌های عمیق در نسخه کامل پژوهش ذکر شده است):

۱. عدم بهره‌مندی نظام دانشگاهی از شبکه‌های اجتماعی تخصصی و علمی
۲. عدم معرفی ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی علمی و تخصصی خارج از کشور (نظیر لینکدین، آکادِمیا و ...) به دانشجویان ایرانی
۳. عدم برنامه‌ریزی برای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان با هدف استفاده از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی خصوصاً در حوزه مدیریت دانش
۴. بی‌برنامگی نظام علمی کشور برای افزایش حضور هدفمند و مؤثر استادان در شبکه‌های اجتماعی با هدف تولید علم از طریق شبکه‌سازی و شبکه‌های اجتماعی
۵. مسائل و چالش‌های ناشی از شرایط واقعی جامعه امروز ایران شامل (۱) بی‌توجهی به نیازهای مالی دانشجویان که باعث گرایش دانشجویان به کسب درآمد از طریق شبکه‌های اجتماعی شده است، (۲) غلبه گفتمان سیاسی بر سایر گفتمان‌ها که سبب شده است تا دانشجویان برای تطبیق دادن زندگی، کار و تحصیل خود با گفتمان سیاسی حاکم، چاره‌ای نداشته باشند جز اینکه دائماً خود در معرض محتواهای سیاسی قرار دهند و (۳) بی‌توجهی نظام دانشگاهی به طراحی تفریح و سرگرمی‌های مفید در زیست‌بوم دانشجویی که منجر به کوچ نیاز دانشجویان به تفریح و سرگرمی به فضای مجازی شده است.

در نهایت به عنوان آخرین سؤال، جدولی بر اساس پژوهش‌های انجام شده در سایر کشورهای جهان طراحی شد تا میزان توجه به موضوعات مرتبط با مدیریت دانش و اطلاعات در میان دانشجویان مشخص شود. این جدول شامل ۱۲ شاخص مرتبط با مدیریت دانش بود و لازم بود هر یک از دانشجویان میزان استفاده خود از شبکه‌های اجتماعی را برای هر یک از شاخص‌ها، مطابق با طیف لیکرت مشخص می‌کرد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که ۷ درصد از پاسخگویان اصلاً از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش استفاده نمی‌کنند، حدود ۱۸ درصد به میزان خیلی کم، ۳۱ درصد به میزان کم، ۲۸ درصد به میزان متوسط، ۱۲ درصد به میزان زیاد و ۳,۵ درصد به میزان خیلی زیاد از این شبکه‌ها برای مدیریت دانش استفاده می‌کنند. بنابراین، تنها ۱۵,۵ درصد دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران در

مقادیر زیاد و خیلی زیاد از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش استفاده می‌کنند و از سوی دیگر ۷ درصد از دانشجویان اساساً اعتقادی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش ندارند و عمدتاً (مجموعاً ۴۹ درصد) در مقادیر خیلی کم و کم از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش استفاده می‌کنند.

نمودار ۲. میزان استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش



در ادامه پژوهش از طریق مصاحبه عمیق تا حد اشباع دلایل گرایش کم دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش شناسایی شد و راهبردهایی از جنس سیاست‌گذاری برای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش پیشنهاد شد. راهبردهای پیشنهادی در پنج دسته کلی قابل طبقه‌بندی هستند:

۱. سیاست‌های فنی نظیر ایجاد و توسعه شبکه‌های اجتماعی تخصصی
۲. سیاست‌های فرهنگی اجتماعی نظیر تلاش برای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان
۳. سیاست‌های مبتنی بر الگوسازی نظیر افزایش فعالیت‌های مشارکتی آموزشی و پژوهشی در شبکه‌های اجتماعی
۴. سیاست‌های ناظر به اصلاح ساختار و فرایندهای دانشگاهی نظیر اصلاح قوانین و آیین‌نامه‌های اداری در دانشگاه‌ها با هدف افزایش حضور هدفمند و مؤثر استادان در شبکه‌های اجتماعی
۵. سیاست‌های ناظر به اصلاح شرایط محیط واقعی جامعه نظیر توجه به مسائل معیشتی دانشجویان، برنامه‌ریزی برای ایجاد تفریحات و سرگرمی‌های سالم در زیست‌بوم دانشجویی و ...

۵. نتیجه‌گیری

پژوهش‌ها و مطالعات انجام شده در کشورهای توسعه‌یافته بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی از ظرفیتی بسیار مهم برای مدیریت دانش برخوردار هستند و اساساً مفهوم شبکه‌های اجتماعی و مدیریت دانش به دلیل ناشی شدن هر دو مفهوم از انقلاب اطلاعاتی، توسعه جوامع اطلاعاتی و در نهایت شکل‌گیری و توسعه شبکه‌های اجتماعی دارای پیوندی اجتناب‌ناپذیر با یکدیگر هستند. هر چند یافته‌های پیمایش انجام شده در سطح ۷ دانشگاه ممتاز شهر تهران بیانگر آن است که هنوز استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش در سطح مطلوبی نیست؛ اما تنها ۷ درصد دانشجویان از هیچ‌یک از گویه‌های مرتبط با مدیریت دانش شامل اخذ مشاوره‌های علمی و پژوهشی از استادان، استفاده از ظرفیت کار تیمی برای فعالیت‌های علمی و ...، استفاده نکرده‌اند. بنابراین، به نظر می‌رسد انگیزه لازم برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش در دانشجویان دانشگاه‌های ممتاز شهر تهران وجود دارد و دلیل اینکه اکنون استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش مطلوب نیست به این علت است که از یک سو ظرفیت فنی، فرهنگی و اجتماعی لازم برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش فراهم نشده است و از سوی دیگر، در زیست‌بوم دانشجویی به برخی نیازهای واقعی دانشجویان توجه نشده است.

عدم توجه به ظرفیت فنی، فرهنگی و اجتماعی بدان معناست که نخست برخلاف کشورهای توسعه‌یافته در ایران هیچ شبکه اجتماعی علمی تخصصی بومی برای استفاده‌های مبتنی بر مدیریت دانش طراحی نشده است. تأکید بر ظرفیت شبکه‌های اجتماعی علمی و تخصصی برای انتقال دانش ضمنی و صریح از جمله راهکارهای ارتقای نقش شبکه‌های اجتماعی در موضوع مدیریت دانش است و باعث افزایش کارکرد شبکه‌های اجتماعی در فرایند مبادله و گردش اطلاعات و خلق ایده‌های نو و در نهایت تولید دانش جدید خواهد شد که همگی از جمله اجزای فرایند مدیریت دانش هستند. دوم اینکه شبکه‌های اجتماعی علمی تخصصی خارجی به درستی به مردم معرفی نشده‌اند و سوم اینکه فرصت‌های فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش در میان استادان و دانشجویان مغفول مانده است که این امر ناشی از کم سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی است. بنابراین، با توجه به اینکه یافته‌های پیمایش حاکی از آمادگی دانشجویان برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تبادلات علمی اطلاعاتی و در نهایت مدیریت دانش است، لازم است به جای سیاست‌های سلبی و محدودسازی استفاده از شبکه‌های اجتماعی به سیاست‌های ایجابی نظیر ایجاد شبکه‌های اجتماعی تخصصی و معرفی نحوه استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی با هدف مدیریت دانش فکر شود. استفاده استادان و مدرسان

دانشگاه‌های کشور همانند کشورهای توسعه‌یافته یکی از راه‌های گسترش سرمایه اجتماعی استادان در میان دانشجویان و در نهایت کمک به فرایند مدیریت دانش با استفاده از شبکه‌های اجتماعی است که البته خود نیازمند اصلاح آیین‌نامه‌های ارتقای اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها از سوی نظام علمی کشور است تا حضور بیشتر، هدفمندتر و مؤثرتر استادان دانشگاه‌های کشور در شبکه‌های اجتماعی با هدف کمک به ایجاد فرایند مدیریت دانش منجر به ارتقای رتبه‌های علمی ایشان شود. همچنین تلاش برای ارتقای سواد رسانه‌ای، اطلاعاتی و دیجیتالی دانشجویان و بیان اهمیت نقش دانش در جهان امروز به عنوان جایگزین سایر درآمدهای ملی از قبیل نفت و ... از یک طرف و توجه به ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای تولید و مدیریت دانش از سوی دیگر، می‌تواند نوید بخش استفاده مناسب از شبکه‌های اجتماعی در راستای مدیریت دانش باشد. البته نقش شبکه‌های اجتماعی در امر مدیریت دانش محدود به این موارد نیست. شبکه‌های اجتماعی از طریق توسعه مبادله اطلاعات، تعامل و مباحثات علمی، شبکه‌سازی دانش‌محور، گردش نوآوری‌ها، افزایش خلاقیت اعضای شبکه‌های اجتماعی، انتقال تجربیات اجتماعی، علمی و ... افراد به یکدیگر، پردازش اطلاعات و خلق دانش جدید شامل دانش صریح و ضمنی و تقویت سرمایه اجتماعی و نمادین دانشجویان و استادان دانشگاه‌ها (به عنوان عاملی برای افزایش انگیزه‌های علمی حضور در شبکه‌های اجتماعی و افزایش اعتبار استادان) در امر مدیریت دانش نقش دارند. همان‌طور که پیشتر گفته شد برای ایجاد نقش جدی برای شبکه‌های اجتماعی در امر مدیریت دانش نمی‌توان از چالش‌های مربوط به جامعه واقعی صرف نظر کرد. بی‌انگیزگی علمی دانشجویان به دلیل این تصور که تحصیل علم و دانش منجر به موقعیت اجتماعی و شغلی بهتری نخواهد شد در کنار عدم توجه به نیازهای دانشجویان در زیست‌بوم دانشگاهی یکی از دلایل اصلی عدم استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت دانش و در عوض کوچ نیازهای اقتصادی، سیاسی، سرگرمی و بعضاً جنسی دانشجویان به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است که پیشنهاد می‌شود این مسئله در پژوهش‌های دیگری به عنوان یکی از مسائل اصلی زیست‌بوم دانشجویی واکاوی شده و راهکارهایی برای اصلاح زیست‌بوم دانشجویی با هدف افزایش میل و رغبت دانشجویان به فعالیت‌های علمی و حل چالش‌های اصلی دانشجویان در جامعه غیرمجازی ارائه شود.

۶. منابع

اشتیاقی، معصومه؛ علیزاده، توحید، و کاظمیان، مهرداد (۱۳۹۱). اینترنت و هویت دینی دانشجویان، مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران. *فصلنامه مطالعات ملی*، سال ۱۳، ویژه‌نامه شماره ۲.

- انتظاری، محمدحسن (۱۳۹۵). نقد و بررسی سیاست‌های فرهنگی در فضای مجازی. ماهنامه مدیریت ارتباطات، شماره ۸۲.
- ایسپا، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (۱۳۹۴). یک نظرسنجی نشان داد: نیمی از ایرانی‌ها عضو شبکه‌های اجتماعی، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۳۶۶۷، صفحه ۲۶.
- دهقانی، محمدجواد (۱۳۹۷). نتایج رتبه‌بندی دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی کشور در سال ۹۶-۹۵ منتشر شد، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری. بازیابی شده در تاریخ ۱ تیرماه ۱۳۹۷ در <https://www.msrt.ir/fa/news/39706>
- سپهری، محمدمهدی، و ریاحی، آسیه (۱۳۸۹). کاربرد تحلیل شبکه اجتماعی برای استخراج نیازهای سیستم مدیریت دانش در سازمان‌های دانش بنیان. سیاست علم و فناوری، شماره ۱۰.
- شواب، جان، آوجی، لوسیا و تاکرمن، برتا کاماچو (۱۳۹۶). کار شبکه‌ای: چگونه در شبکه سرویس‌ها و خدمات را ارائه دهیم. ترجمه سید مرتضی موسویان. تهران، مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

References

- Alavi, M., & Leidner, D.E (2001), Review: knowledge management and knowledge management systems: conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25 (1), 107-136.
- Barhomi, C. (2015). The Effectiveness of WhatsApp mobile learning activities guided by activity theory on students' knowledge management. *Contemporary Educational Technology*, 6(3), 221-238.
- Becerra-Fernandez, I., Gonzalez, A., & Sabherwal, R (2004). *Knowledge Management*, First Edition, Prentice Hall.
- Boeder, P. (2005). Habermas heritage: the future of the public sphere in the network society. *First Monday*, 10(9), 5 September 2005. <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1280/1200>
- Bourdieu, P. (1997). *Outline of a theory of practice*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Bielaczyc, K., & Collins, A. (1999). Learning communities in classrooms: A reconceptualization of educational practice. In C. Reigeluth (Ed.), *Instructional-Design Theories and Models* (Volume II). Mahwah, NJ: Erlbaum. pp. 269-291.
- Brookes, N.J., Morton, S.C., Dainty, A.R.J., & Burns, N.D (2006). Social processes, patterns and practices and project knowledge management: A theoretical framework and an empirical investigation. *International Journal of Project Management*, 24(6), 474-482.

- Cross, K. P. (1998). Why learning communities? Why now?. *About Campus*, 3(3), 4-11.
- Dröge, C., Claycomb, C., & Germain, R. (2003). Does knowledge mediate the effect of context on performance? Some initial evidence. *Decision Sciences*, 34(3), 541-568.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Giordano, C., & Giordno, C. (2011). Health professionals' students, use of social media, *Journal of Allied Health*, 40(2), 78-81.
- Grosseck, G., Bran, R., & Tiru, L. (2011). Dear teacher, what should I write on my wall? A case study on academic uses of Facebook. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 1425-1430.
- Huang, J. C., & Newell, S. (2003). Knowledge integration processes and dynamics within the context of cross-functional projects. *International Journal of Project Management*, 21(3), 167-176.
- Hung, W.C. (2006). *Researching the researcher: A social network analysis of the multidisciplinary knowledge creation Process*. MSc. Thesis, University of Waterloo, Ontario, Canada.
- Jyrämä, A., & Äyväri, A. (2005). Can the knowledge-creation process be managed? A case study of an artist training project. *International Journal of Arts Management*, 7(2), 4-14.
- Margaryan, A., Littlejohn, A., & Vojt, G. (2011). Are digital natives a myth or reality? Students' use of digital technologies. *Computers & Education*, 56(2), 429-440.
- Mazer, J. P., Murphy, R. E., & Simonds, C. J. (2009). The effects of teacher self-disclosure via Facebook on teacher credibility. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 175-183.
- Rovai, A. P. (2002). Development of an instrument to measure classroom community. *The Internet and Higher Education*, 5(3), 197-211.
- Saad Mohamed, H. (2015). The use of social media among public relations students in the UAE. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*, 6(2), 15-30.
- Shalley, C.E. (2008). Team cognition: The importance of team process and composition for the creative problem-solving process. Mumford, M.D., Hunter, S.T. and Bedell-Avers, K.E. (Ed.), *Multi-Level Issues in Creativity and Innovation* (Research in Multi-Level Issues, Vol. 7), Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 289-304. [https://doi.org/10.1016/S1475-9144\(07\)00011-2](https://doi.org/10.1016/S1475-9144(07)00011-2)
- Strijbos, J.W., & Fischer, F. (2007). Methodological challenges for collaborative

learning research. *Learning and Instruction*, 17(4), 389-393.

Treffinger, D. J. (1995). Creative problem solving: Overview and educational implications. *Educational Psychology Review*, 7(3), 301-312. <https://doi.org/10.1007/BF02213375>