

بررسی عوامل موثر در انتشار دانش در گروه‌های مجازی

چکیده

گروه‌های مجازی^۱ که ما بیشتر آن‌ها را به صورت شبکه‌های اجتماعی آنلاین از افراد می‌شناسیم، فرصتی را فراهم می‌نمایند تا افراد با عقاید مختلف، از سرتاسر دنیا گرد هم بیایند و به صورت داوطلبانه ایده‌ها و نظرات خود را در یک زمینه مشخص و مورد علاقه با دیگران به اشتراک بگذارند. امروزه VC ها به عنوان یکی از منابع ارزشمند دانش به حساب می‌آیند، از این رو همواره این سوال پیش می‌آید که چه عامل یا عواملی اعضای VC را تشویق می‌کند تا به طور داوطلبانه و پیوسته به دیگران از طریق انتشار مداوم دانش کمک نمایند. در پاسخ به سوال مطرح شده با استفاده از مفاهیمی همچون عدالت، اعتماد، خودکارآمدی، وجدان کاری و نوع دوستی (به عنوان ۲ بعد از ابعاد رفتار شهروندی سازمانی) که نقش بسزایی در انتشار دانش در VC دارند مدلی ارائه داده ایم که براساس آن انگیزه افراد از انتشار دانش در VC مشخص می‌شود. در مدل ارائه شده تاثیرات ۴ بعد از ابعاد عدالت (عدالت رویه ای، عدالت توزیعی، عدالت شخصی و عدالت اطلاعاتی) و ۲ بعد از ابعاد اعتماد (اعتماد بین اعضا و اعتماد به مدیریت) بر انتشار دانش در VC بررسی شده است، وجود ۲ عامل عدالت و اعتماد در VC رضایت کارکنان را با خود به همراه دارد که خود را در قالب رفتارهایی نظیر خودکارآمدی، وجدان کاری و نوع دوستی نمایان می‌سازد با شکل گیری این رفتارها بین اعضا آنان تمایل دارند تا از طریق انتشار دانش به طور مداوم به دیگران کمک نمایند.

واژه‌های کلیدی: گروه‌های مجازی، انتشار دانش، عدالت، اعتماد، رفتار شهروندی سازمانی، خودکارآمدی

¹ Virtual Communities

Examination of Effective Factors in Knowledge Sharing in Virtual Communities

Abstract

Virtual Communities that we know them as an online network of people prepares us opportunity to gather people around all over the world to voluntarily share their ideas and opinions in a specific and favorite field with other. Today VC consider as a valuable source of knowledge, so always there is this question what factor(s) encourage VC member to voluntarily and continuously help each other through continuous knowledge sharing? In responses to this question we could integrate some concept such as justice, trust, self efficacy, altruism & conscientiousness (as a two dimension of organization citizenship behaviors) that have important role in knowledge sharing in VC and present a model by using them which in turn affect on motivation of people for knowledge sharing in VC. In presented model we consider effect of four dimension of justice (i.e., Distributive, Interpersonal, Procedural, and Informational) and two dimension of trust (trust in management and trust in member) on knowledge sharing. Existing of two factors: trust and justice in VC bring staff satisfaction and they show some behavior such as self efficacy, altruism and conscientiousness and became encourage to continuously help each other by knowledge sharing.

Keywords: VC, knowledge Sharing, Justice, Trust, Organization citizenship behavior, self efficacy

مقدمه

رشد سریع اینترنت تبادل دانش را به روشی ممکن ساخته است که قبلاً قابل تصور نبود. با ظهور VC تبادل دانش بین افرادی که از نظر جغرافیایی از یکدیگر دورند، ممکن شده است. امروزه شمار زیادی از افراد به منظور کسب دانش و حل مشکلاتی که در محیط کار خود با آن مواجه اند، به عضویت VC ها در می‌آیند. بنابراین می‌توان گفت که VC ها شبکه‌های اجتماعی آنلاینی هستند که در آن‌ها افراد با علائق، اهداف یا تجارب یکسان با یکدیگر در تعامل هستند تا اطلاعات و دانش خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. (Fang & Chiu, 2010; Yu & Chu, 2007)

برای موفقیت در محیط کاری و رقابتی امروزی، افراد بیشتر از گذشته در گروه‌های مختلف مجازی شرکت می‌کنند. کارکنان سازمان‌ها در این گروه‌ها با جمع‌آوری و یا حتی انتشار دانش، سعی در افزایش قابلیت‌های خود دارند تا بتوانند نسبت به دیگر همکارانشان برتری یابند و مشکلات کاری خود را حل نمایند. پیش از این بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌های مهم مانند فورد، آی‌بی‌ام، هلیود پارد و... از دانش به عنوان یک منبع با ارزش ناملموس یاد می‌کردند که در کسب مزیت رقابتی بسیار موثر است و اکنون آنان این منبع مهم را در VC ها جستجو می‌کنند، این سازمان‌ها VC را به عنوان منبع ارزشمندی از دانش شناخته‌اند و سعی در پشتیبانی، توسعه و رشد آن دارند تا بتواند پاسخگویی برای رسیدن به نیازهای و اهداف تجاری آن‌ها باشد. (Lin, Hung & Chen, 2009; Chen & Hung, 2010; Fang & Chiu, 2010)

ارزش VC ها بدون بهره‌مندی دانش مفید و کاربردی محدود می‌گردد، لذا چالش اصلی در این نوع گروه‌ها این است که چگونه افراد را به اشتراک گذاشتن دانش به صورت داوطلبانه تشویق کنیم. به عبارت دیگر بزرگترین چالش در رشد VC نیاز به انتشار مداوم دانش و تمایل پیوسته افراد برای به اشتراک گذاری دانش است.

در این تحقیق هدف شناخت عواملی که اعضای VC را تشویق می‌کند تا به صورت داوطلبانه و مداوم از طریق به اشتراک گذاری پیوسته دانش به دیگران کمک کنند. در واقع در این تحقیق با استفاده از مطالعات قبلی انجام شده در این زمینه به دنبال یافتن مولفه‌هایی هستیم که رضایت افراد را از فرایند به اشتراک گذاری دانش خود با دیگران افزایش می‌دهد و آن‌ها را تشویق می‌کند تا در آینده نیز در چنین فعالیت‌هایی شرکت کنند.

در تحقیقات انجام شده توسط محققان (Chao & Meng, 2006; Ming, Shiu & Chiu, 2009; Chiu & Shiu, 2010) ; Hsua, Jub, Yenc & Changa, 2007) تا به حال از عناصری نظیر: درک برتری نسبی، درک نتایج مورد انتظار فردی و درک نتایج مورد انتظار سازمانی به عنوان مولفه‌های تاثیرگذار در انتشار دانش در VC یاد شده است، در این تحقیقات انتشار دانش از جنبه کیفی و کمی دانش منتشر شده بررسی شده است. همچنین در برخی تحقیقات صورت گرفته توسط دیگر محققین عوامل متعددی دیگری که در افزایش تمایل افراد در انتشار دانش موثر هستند نظیر هزینه، سود، انگیزه‌های درونی و بیرونی، سیستم‌های تشویقی و محیط سازمان مورد بررسی قرار گرفته شده است. (Lin, Hung & Chen, 2009)

در این مقاله سعی بر آن است تا با ادغام مفاهیمی مانند اعتماد، عدالت، رفتار شهروندی سازمانی و خودکارآمدی مدلی را ارائه نماییم که سبب افزایش تمایل افراد به شرکت در انتشار دانش می‌گردد. برای اینکه بتوانیم با توجه به مدل ارائه شده مفهوم انتشار دانش در VC را بهتر مشخص نماییم، روابط بین مولفه‌ها را به صورت زیر مورد بررسی قرار داده ایم:

- متشکل از رابطه بین اعتماد و عدالت
- تاثیر اعتماد و عدالت بر خودکارآمدی و رفتار شهروندی سازمانی
- وجود رابطه بین خودکارآمدی و رفتارهای شهروندی سازمانی

در ادامه مقاله ابتدا تعریفی از VC و انتشار دانش در VC ارائه شده است، سپس با ارائه مدلی نهایی، مولفه‌های آن نظیر عدالت، اعتماد، خود کارآمدی، وجدان کاری و نوع دوستی را تعریف نموده و با استفاده از نتایج به دست آمده از تحقیقات قبلی ارتباط بین آن‌ها و نقش هر یک از مولفه‌ها بر انتشار دانش در VC مورد بررسی قرار داده ایم.

تعریف VC و انتشار دانش در VC

قبل از ارائه تعریفی در خصوص VC لازم است ابتدا منظور خود را از گروه در این تحقیق مشخص می‌کنیم. به طور کلی، گروه را تعدادی از افراد می‌دانند که برای انجام وظیفه‌ای خاص یا به اشتراک گذاری هدفی مشخص بر اساس کنش‌ها یا وابستگی اجتماعی دور هم جمع می‌شوند. از نظر گوشفیلد دو نوع گروه وجود دارد. دسته اول: گروه‌ها یا قبایله‌های سنتی که به دلیل قرار گرفتن در موقعیت جغرافیایی مشابه تشکیل می‌شوند، مانند گروه همسایگان، همشهریان و غیره؛ دسته دوم: گروه‌هایی که دارای عقیده، هدف و یا علائق مشترکی هستند و به جایگاه جغرافیایی توجه ندارند، مانند گروه‌های مذهبی، اعضای کلوب‌های شادی و غیره. امروزه شاهد شکل‌گیری گروه‌هایی از دسته دوم هستیم که در اینترنت فعال هستند و گروه‌های مجازی نامیده می‌شوند، از جمله این گروه‌ها می‌توان به گروه‌های اینترنتی که در زمینه‌های مهندسی، کامپیوتری، علوم، سرگرمی، تجارت، سیاست و سلامت مشغول فعالیت هستند اشاره نمود. (Koh & Kim, 2004)

به طور کلی محققان، گروه مجازی را موجودیتی می‌دانند که دارای خصوصیات زیر است:

- شبکه‌ای اجتماعی از افراد
- برقراری ارتباط از طریق فضای سایبری بدون تعامل فیزیکی
- برقراری تعاملات اجتماعی از طریق ایمیل و در سایتی مشخص
- وجود اهداف، هویت و علائق مشترک بین اعضاء (Koh & Kim, 2004)

با توجه به تعاریف ارائه شده در بالا، در یک تعریف کلی VC عبارتست از شبکه‌های اجتماعی آنلاین که در آن افراد با علایق، اهداف و یا تجربیات یکسان با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند تا ضمن شرکت در تعاملات اجتماعی، اطلاعات و دانش خود را با دیگران به اشتراک بگذارند (Chiu & Wang, 2006; Kim, Song & Jones, 2010). تعاملات اجتماعی بین اعضا جزء لاینفک شبکه‌های اجتماعی است و به شدت روی تسهیم دانش میان فردی تاثیر می‌گذارد. در ضمن، داشتن روابط دو جانبه بهبود یافته با دیگران در فرایند تسهیم دانش نیز تاثیر مثبتی بر روی نگرش افراد به سمت به اشتراک گذاری دانش دارد. (Chiu, Hsu & Wang, 2006)

با توجه به این تعریف، می‌توان گفت هر VC دارای ۳ جزء است که عبارتند از: اعضاء، شبکه اجتماعی و دانش. در این بین دانش علاوه بر اینکه با ارزش‌ترین منبع برای اعضای VC است، کلید یا برجا نگهدارنده VC نیز محسوب می‌گردد. منابع دانشی که از طریق به اشتراک گذاری دانش اعضا در گروه جمع‌آوری می‌گردند، عاملی جهت حفظ این گروه‌ها در محیط‌های رقابتی امروزی است. به همین دلیل دیر زمانی است که عوامل موثر در به اشتراک گذاری دانش مورد توجه همگان قرار گرفته است و به تسهیم دانش به عنوان عاملی انگیزشی برای استفاده اعضا از VC نگاه می‌شود.

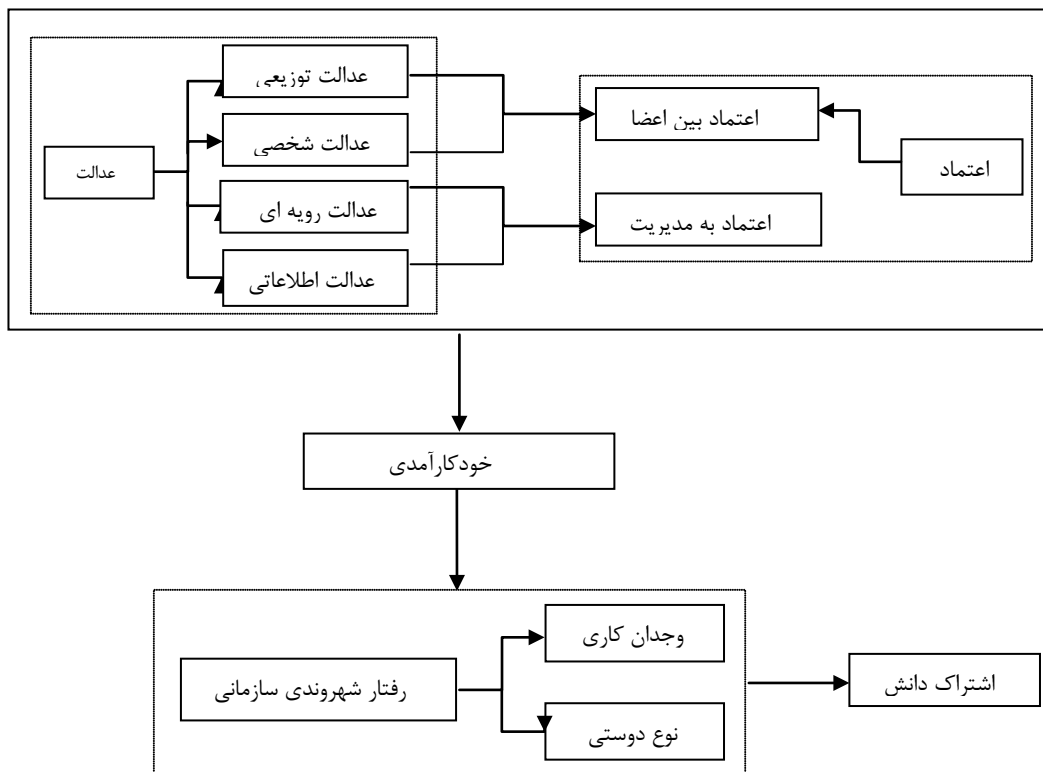
(Chiu & Fang, 2010; Koh & Kim, 2004)

تسهیم دانش رفتاری است فردی که در آن افراد دانش و اطلاعات اکتسابی خود را با همکاران خود درون سازمان به اشتراک می‌گذارند. به بیانی دیگر تسهیم دانش فرایند ارتباطاتی است که به موجب آن دو یا چند گروه درگیر انتقال دانش می‌شوند. در VC انتشار دانش یک امر کاملا داوطلبانه است، در چنین شرایطی افرادی که توانایی‌های خود اعتماد ندارند احتمالا نمی‌توانند در امر انتقال دانش خود به دیگران کمک چندانی نمایند. (Chiu, Hsu & Wang, 2006; Lin, Hung & Chen, 2009)

به طور کلی VC ها بدون وجود دانش واقعی و کاربردی ارزش محدودی دارند، لذا چالش اصلی در این نوع از گروه ها این است که چگونه افراد را تشویق کنیم تا به صورت داوطلبانه دانش خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. به عبارت دیگر، بزرگترین چالش در رشد VC نیاز به انتشار مداوم دانش و تمایل پیوسته افراد برای به اشتراک گذاشتن دانش است. تحقیقات قبلی نشان داده اند که مزایای نامحسوس و محسوس زیادی در نتیجه تسهیم دانش برای اعضا بوجود می آید که از جمله مزایای نامحسوس آن، افزایش اعتبار و شهرت، رسیدن به حس خود ارزشمندی، لذت بردن از کمک به دیگران و از جمله مزایای محسوس آن دسترسی به اطلاعات مفید و تجارب می توان اشاره نمود. (Chiu, Hsu & Wang, 2006)

حال که منظور از VC و انتشار دانش در آن مشخص شد، پارامترهای تاثیر گذار بر رفتارهای تسهیم دانش در VC را تعریف نموده و نقش هر یک را در انتشار دانش بر می شماریم. بر این اساس مدلی متشکل از ۴ مولفه عدالت، اعتماد، خودکارآمدی و رفتار شهروندی سازمانی در شکل ۱ ارائه شده است.

شکل ۱- مدل ارائه شده



عدالت^۲ و نقش آن در انتشار دانش

عدالت به برداشت منصفانه از ارزیابی تناسب نتایج عملکرد و فرآیندها اشاره دارد. تحقیقات نشان داده اند که عدالت نقش مهمی را در گروه ها ایفا می کند و چگونگی برخورد با افراد در گروه ها می تواند باورها، احساسات، نگرش ها و رفتار آنان را تحت تاثیر قرار دهد، به طور کلی می توان گفت نقش عدالت در درک رفتارهای اجتماعی بارز است. تحقیقات حاکی از آن است که افرادی که درک مثبتی نسبت به عدالت دارند، تعهد بیشتری به دیگران دارند و علاوه بر داشتن سطح رضایت مندی و عملکرد بیشتر و بالاتر،

² Justice

شهروندان سازمانی بهتری نیز هستند. به طور کلی افراد دارای رفتارهای عدالت‌گرایانه تمایل بیشتری برای به اشتراک گذاری دانش در VC دارند. (Chiu & Fang, 2010)

محققان در مطالعات اخیر خود در خصوص عدالت، آن را در چهار بعد جداگانه بررسی کرده‌اند که عبارتند از:
۱- عدالت توزیعی، ۲- عدالت رویه‌ای، ۳- عدالت شخصی، ۴- عدالت اطلاعاتی

عدالت توزیعی^۳: طبق نظر هومن (۱۹۶۱) عدالت توزیعی بر ادراک نتایج منصفانه اشاره دارد. به این معنی که افراد انتظار دارند در قبال کاری که انجام می‌دهند پاداش منصفانه‌ای دریافت کنند. آدامز (۱۹۶۵) می‌گوید در این نوع از عدالت، اعضا زمانی احساس رضایت می‌کنند که با مقایسه نسبت‌های ورودی‌هایشان به خروجی‌ها (نسبت تلاش‌ها به پاداش‌ها) با نسبت‌های دیگر اعضای گروه برابری مشاهده کنند، در واقع آن‌ها به دنبال یافتن برابری بین ورودی‌ها و خروجی‌ها هستند. (Chiu & Fang, 2010; Lin & Hung, 2009)

عدالت توزیعی در VC به این اشاره دارد که افراد در قبال شرکت در انتشار دانش چه نتیجه‌ای یا نتایجی به دست می‌آورند. اعضای گروه‌های مجازی معمولاً انصاف و عدالت‌دریافتی، به طور مثال مدت زمان انتظار برای دریافت پاسخ سوال خود از سوی دیگران را با زمان و هزینه‌ای که خودشان در فرایند به اشتراک‌گذاری دانش و پاسخگویی به سوالات دیگران صرف کرده‌اند می‌سنجند و غیر منصفانه بودن نتیجه در عکس‌العمل‌های آن‌ها تأثیر خواهد داشت و با توجه به مثبت یا منفی بودن نتایج به دست آمده ممکن است تسهیم دانش بیشتری با دیگران داشته باشند و یا حتی همکاری خود را با آنان قطع نمایند. (Chiu & Fang, 2010)

برخی از صاحب‌نظران در ارتباط با عدالت توزیعی به موارد زیر اشاره کرده‌اند:

- کومر (۱۹۹۵) از عدالت توزیعی به عنوان عاملی برای ایجاد یک رابطه موفق بین اعضای VC یاد می‌کند که در نهایت منجر به رضایت افراد از انتشار دانش می‌شود.
- کولاک (۱۹۹۹) استدلال می‌کند، زمانی فرد تمایل به انتشار دانش در VC دارد که او نیز در عوض تسهیم دانش خود با دیگران، دانش ارزشمندی را کسب کند.

عدالت شخصی^۴: این نوع عدالت با جنبه‌هایی از فرایند ارتباطات همچون ادب، صداقت و احترام مرتبط است. عدالت شخصی در VC به درک فرد نسبت به منصفانه بودن رفتاری است که دیگران در طی ارتباط آنلاین با او دارند. افرادی که عضو VC می‌شوند در تلاش برای توسعه روابط اجتماعی خودشان با دیگر اعضای گروه هستند، به عبارت دیگر علاوه بر نتایج اقتصادی مبادله دانش، جنبه‌های اجتماعی-احساسی آن نیز برایشان مهم است و در واقع می‌توان گفت آن‌ها در پی توسعه روابط اجتماعی خود با دیگران نیز هستند و این خود حاکی از نقش شفاف توزیع‌کنندگان دانش در افزایش رضایت اعضا از طریق رفتارهایی نظیر ادب، احترام و صداقت دارد. (Chiu, Hsu & Wang, 2006; Chiu & Fang, 2010; Lin & Hung, 2009)

عدالت رویه‌ای^۵: والکر و تی بوت می‌گویند عدالت رویه‌ای تأکید بر درک فرد یا گروه از منصفانه بودن رویه‌هایی است که از طریق آن‌ها، نتایج بین اعضا توزیع و تخصیص داده می‌شوند. به عبارت دیگر عدالت رویه‌ای، عدالت درک شده از فرایندی است که برای تعیین تخصیص پاداش‌ها استفاده می‌شود و به کیفیت و انصاف در روابط بین افراد اشاره دارد، این نوع از عدالت با واکنش‌های شناختی، احساسی و رفتاری اعضا گروه مثل تعهد همراه است.

عدالت رویه‌ای در VC دلالت بر درک منصفانه افراد از فرایندهایی دارد که در فرایند انتشار دانش رخ می‌دهند و فرد با آن‌ها مواجه می‌شود. بنابراین مدیران VC می‌توانند سطح رضایت افراد از انتشار دانش را با به کارگیری فعالیت‌هایی که درک

³ Distributive justice

⁴ Interpersonal justice

⁵ Procedural justice

افراد را از عدالت رویه ای افزایش می دهد بالا برند (مانند پرداختن به کشمکش های رخ داده بین اعضا که به عنوان بخش جدایی ناپذیر از انتشار دانش در VC محسوب می گردد). طبق گفته فلاگر و گرین برگ در گروه های مجازی زمانی که افراد احساس کنند که مدیر به خوبی از عهده مشکلات بر می آید و براساس روندها و سیاست های منصفانه اقدام می کند و به تضاد های ایجاد شده در جریان وظایف مختلف رسیدگی می کند، احساس بهتری نسبت به امور محوله دارند. (Chiu & Fang, 2010; Lin & Hung, 2009)

عدالت اطلاعاتی^۶: به میزان اطلاع افراد از نحوه تصمیم گیری ها، انجام رویه ها و توزیع خروجی ها اشاره دارد. به طور کلی این نوع از عدالت بر دلایل و منطق های ارائه شده توسط مدیر از رویه های کاری است که در اختیار اعضا قرار می گیرد و موجب اتمام به هنگام کار می شود. اگر مدیران در محیط مجازی به خوبی بتوانند نحوه تصمیم گیری و اجرای روندهای کاری را برای اعضا توضیح دهند، نابسامانی روابط در بین اعضا کاهش می یابد و باعث می شود که اعضا به صداقت، کاردانی و خیر خواهی مدیران ایمان بیاورند و تمایل آن ها به مشارکت در انتشار دانش بیشتر گردد. عدالت اطلاعاتی، به وسیله دادن اطلاعات به موقع و مناسب به کارکنان توسط مدیر برای اعضا قابل درک است. (Chiu & Fang, 2010)

اعتماد^۷ و نقش آن در انتشار دانش

اعتماد زمینه ساز پیوند میان انسان هاست ، شکل گیری هرگونه رابطه ای بدون وجود اعتماد ناممکن است. هرچند اعتماد در روابط اجتماعی ضروری و اجتناب ناپذیر است ولی همیشه با میزانی از تردید و ریسک یا خطر پذیری همراه است.

اعتماد به عنوان باور و تمایل به وابستگی به دیگران تعریف می گردد و در ایجاد روابط موفق، شکل دهی به تعاملات اجتماعی، بهبود کیفیت گفتگو های جمعی، رشد توانایی دیگران، نوع دوستی و وجدان کاری، کاهش ریسک ارتباطات، تقویت انتشار دانش و افزایش تمایل به دریافت و ارائه اطلاعات در گروه و نهایتاً بهبود عملکرد گروه های پراکنده و مجازی موثر است. اعتماد به دیگری به معنای باور به صداقت، شایستگی و نیکی اوست. (Chiu & Fang, 2010; Chen & Hung, 2010)

تحت شرایط پیچیدگی و عدم قطعیت، تنها هنگامی حفظ همکاری های اثربخش امکان پذیر خواهد بود که ارتباطات روشن باشند و این اتفاق زمانی صورت می پذیرد که اعتماد و اطمینان متقابل به وجود آید. اعتماد با خود وفاداری را به ارمغان خواهد آورد و نیروی انسانی وفادار، حاضر است فراتر از وظایف خود فعالیت کند.

در زیر تعاریفی از دید صاحب نظران در خصوص اعتماد و نقش آن در انتشار دانش آورده شده است.

- اهمیت اعتماد در گروه از سخن Nichani & Hung کاملاً مشهود است: " اعتماد مانند چسبی است که اعضای گروه را برای به اشتراک گذاری و انتقال دانش به یکدیگر پیوند می زند. بدون وجود اعتماد، اعضاء تجربه و دانش خود را تنها برای خود حفظ کرده و تمایلی به انتقال آن به دیگران ندارند." (Chiu & Fang, 2010)
- لی (lee)، چوی (Choi) و نوناکا اعتماد را عامل ضروری برای به اشتراک گذاری دانش می دانند و کمبود اعتماد بین کارکنان را به عنوان یک مانع بزرگ در برابر فعالیت های به اشتراک گذاری دانش دانسته اند. وقتی حد بالایی از اعتماد بین افراد وجود دارد روابط اجتماعی محکم و صلح آمیز که پایه و اساس رفتارهای جمعی و همکاری های سازنده است حفظ می شود و تمایل افراد برای شرکت در تعاملات گروهی و به اشتراک گذاشتن دانش بیشتر می شود. (Lin, Hung & Chen, 2009; Chen & Hung, 2010; Chiu & Fang, 2010)
- با وجود فقدان ارتباط چهره به چهره در VC، اعتماد به شکل دهی الزامات محیطی برای تعاملات بیشتر افراد با یکدیگر کمک خواهد کرد، اعتماد در رفتارهای ارادی مانند تسهیم دانش در VC بسیار مهم است (Chiu, Hsu, Wang, 2006).

⁶ Informational Justice

⁷ Trust

- از نظر دانپورت و پروساک اعتماد بایستی آشکار باشد، اعضای سازمان بایستی مشاهده کنند که افراد در مقابل به اشتراک گذاری دانش اعتبار به دست می‌آورند. (Lin, Hung & Chen, 2009)

تمام روابط اجتماعی در نهایت وابسته به نوعی وفاداری دوجانبه است که در اعتماد تبلور می‌یابد. اعتماد پیش شرط کارایی، انسجام و ثبات اجتماعی است و در برابر آن عدم اعتماد زمینه ساز بروز ترس، ناامنی، اغتشاش و فروپاشی اجتماعی است، از این رو اعتماد برای تشکیل گروه‌های استوار، پایدار و همبسته بسیار مهم است.

به نظر می‌رسد ویژگی‌هایی از VC مثل نبود ارتباط رو در رو، علایم دیداری و همچنین قوانین نامشخص کاری سبب شده است که اعتماد به عنوان جایگزینی برای حل مشکلات به وجود آمده ناشی از مولفه‌های ذکر شده باشد. علاوه بر این، اعتماد در شکل‌گیری محیطی که منجر به تعاملات بهتری با دیگران می‌شود کمک می‌کند.

برخی از محققین معتقدند که ابعاد اعتماد در روابط گروهی متفاوت است و به همین دلیل بحث اعتماد را در دو بعد مختلف که عبارتند از: اعتماد بین اعضا و اعتماد به مدیریت، به طور جداگانه بررسی کرده‌اند. به عبارت دیگر آنان معتقدند در بحث اعتماد، نه تنها اعتماد بین اعضا بلکه اعتماد به مدیریت به عنوان جز ء لاینفک برای انتقال دانش در VC ضروری است. (Chiu & Fang, 2010)

اعتماد بین اعضا در VC و نقش آن در انتشار دانش

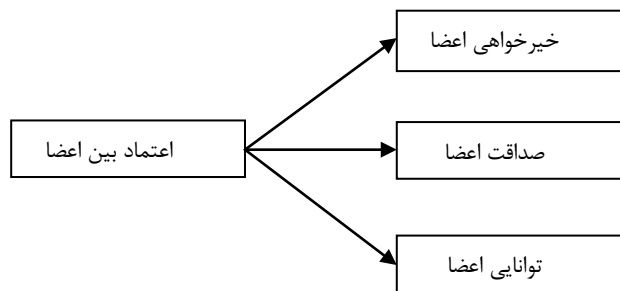
در هر سازمان و گروهی ممکن است که افراد به شخص خاصی اعتماد داشته باشند اما آن فرد مورد اطمینان عده‌ای دیگر نباشد و این امر به دلیل وجود برداشت‌های مختلف افراد از تعریف اعتماد است. در گروه‌های خودگردان مانند گروه‌های مجازی وجود اعتماد بین اعضا بسیار مهم‌تر از اعتماد به مدیر می‌باشد زیرا اشخاص بیشتر از مدیران به هم‌نوعان و همکاران خود متکی هستند. (Chiu & Fang, 2010)

در تحقیقات انجام شده توسط Chiu (2006) و Ridings (2002) از اعتماد بین اعضا، همان‌طور که در شکل ۲ نشان داده شده است به موارد زیر تعبیر شده است.

- باور به خیرخواهی اعضای دیگر، یعنی اعضا با توانایی و قابلیت‌های خود به دیگران کمک می‌کنند.
- باور به صداقت آن‌ها، یعنی اعضا از توانایی‌های دیگران سوء استفاده نکنند و در تعاملات آنان اختلال ایجاد نکنند.
- باور به توانایی آن‌ها، یعنی اعضا دانش کافی در خصوص موضوع مورد بحث دارند.

(Chiu & Fang, 2010; Chen, Hung, 2010)

شکل ۲- اعتماد بین اعضا



به دلیل اینکه تقاضای افراد در گروه‌های مجازی به اندازه گروه‌های سنتی شفاف نیست به نظر می‌رسد رفتار اعضا بسیار تحت تاثیر رفتارهای مشاهده شده از دیگران است. بر اساس تئوری یادگیری اجتماعی[□] باندورا (1997) تمایل فرد به انتشار دانش جهت کمک به دیگران به نوع رفتار آن‌ها با وی بستگی دارد، به عبارت دیگر اعضای گروه تمایل به کمک به دیگران را دارند اگر دیگران هم متقابلاً دست به کار شده باشند. اما اگر شخص احساس کند که دیگران مستقلاً عمل می‌کنند یا دانش کمتری را به اشتراک می‌گذارند، او نیز توجهی به انتشار دانش در گروه نخواهد داشت. (Chiu & Fang, 2010)

راه حل موثر در انتقال دانش در این گروه‌ها، تبدیل افراد به افرادی مشارکتی و امین است، افرادی با این خصیصه‌ها تمایل بیشتری دارند تا با فراهم آوردن دانش ارزشمند به دیگران در حل مشکلاتشان کمک کنند، لذا می‌توان گفت روابط با سطح اعتماد بالا منجر به تبادل بیشتری از اطلاعات بین اعضا خواهد شد. (Chiu & Fang, 2010)

اعتماد به مدیریت در VC و نقش آن در انتشار دانش

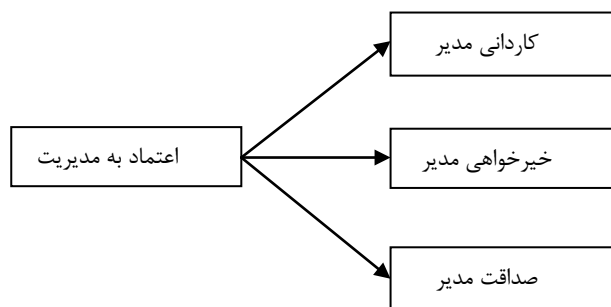
همان‌طور که پالسن (۱۹۹۵) بیان می‌کند وظایف مدیریتی در گروه‌های مجازی عبارتند از: برگزاری جلسات منظم، اقدام به عنوان مدیر گزینش، راهنمایی نیروهای جدید، بایگانی پیام‌ها، حمایت از امور اجرایی، انجام اقدامات واسطه‌ای و میانجیگری در مواقع نیاز، جلوگیری از رفتارهای نامناسب آنلاین و تشویق اعضا در مواقع لزوم است.

(Chiu & Fang, 2010)

در تحقیقات انجام شده از اعتماد به مدیریت همانطور که در شکل ۳ دیده می‌شود به موارد زیر تعبیر شده است:

- باور اعضا به کاردانی مدیر، یعنی مدیر توانایی اداره گروه را دارد.
- باور به خیرخواهی مدیر، یعنی مدیر نشان دهد که به نیاز اعضا توجه دارد.
- باور به صداقت مدیر، یعنی مدیر قصد استفاده از فرصت را به نفع خود نداشته باشد. (Chiu & Fang, 2010)

شکل ۳- اعتماد به مدیریت



شواهد زیادی گواه این است که اعتماد به مدیریت در نحوه رفتار اعضا و به طور کلی در رفتار شهروندی سازمانی و ظهور آن موثر است. برداشت اعضا از شخصیت مدیران روی رفتارهای عملکردی آنان تاثیر می‌گذارد و اعضای گروه از مدیران در رفتارهایی مثل صداقت، استقلال، انصاف و غیره الگو برداری می‌کنند. (Chiu & Fang, 2010)

[□] تئوری یادگیری اجتماعی بر این اصل اشاره دارد که آموزش در بطن جامعه صورت می‌گیرد، افراد از یکدیگر و از طریق آموزش‌های دیداری، تقلید و الگوبرداری از دیگران نیازهای خود را می‌آموزند.

افراد به مدیری که حقوق آن‌ها را رعایت می‌کند، به نیازهای آن‌ها توجه دارد و به طور کلی به نفع آن‌ها قدم بر می‌دارد. اطمینان دارند و در نتیجه آنان متقابلاً رفتار مطلوبی از خود نشان می‌دهند. در واقع این افراد بسیار مایل هستند که زمان و تلاش بیشتری را برای انجام وظیفه‌های خودشان صرف کنند و به صورت داوطلبانه در اجرای اموری مانند انتشار دانش مشارکت کنند. لذا اعتماد به مدیریت سبب می‌شود که اعضاء حس تعلق بیشتری به گروه داشته باشند و برای ارتقاء گروه از هیچ‌گونه تلاشی کوتاهی نکنند بنابراین حضور فعالی در انتقال دانش خود به دیگران دارند. (Chiu & Fang, 2010)

از آنجا که اعتماد براساس یکسری تعاملات رضایت بخش بین اعضا شکل می‌گیرد لذا درک تمامی ابعاد آن به عنوان عاملی کلیدی در ایجاد اعتماد بین اعضا اهمیت دارد. (Chiu & Fang, 2010)

ارتباط بین عدالت و اعتماد

تحقیقات پیشین انجام شده در خصوص موضوع عدالت بیانگر این است که عدالت علاوه بر ایجاد اعتماد نقش بسزایی در افزایش سطح خودکارآمدی افراد و ایجاد جو انتشار دانش بین اعضا در VC دارد. به طور کلی می‌توان گفت عدالت کلید تسهیل‌کننده اعتماد، پایه اصلی حفظ و نگهداری روابط در تبادل اجتماعی و مکانیسمی موثر در مواجهه شدن با شرایط مختلف رخ داده در VC است. (Fang & Chiu, 2010)(۴)

بررسی‌ها نشان می‌دهند که عدالت توزیعی و شخصی تاثیر مثبتی بر روی اعتماد بین اعضا می‌گذارند و این در حالی است که عدالت رویه‌ای و اطلاعاتی تاثیر مثبتی بر روی اعتماد به مدیریت دارند.

در بحث عدالت شخصی اشاره نمودیم که رفتارهای عادلانه افراد نسبت به یکدیگر منجر به بهبود تعاملات متقابل بین آنان شده و سطح بالایی از رفتار شهروندی سازمانی در گروه ایجاد می‌کند و سبب تقویت اعتماد در گروه می‌گردد، لذا می‌توان گفت که عدالت شخصی با اعتماد بین اعضا رابطه مستقیمی دارد. همچنین، مطالعات گذشته حاکی از تاثیر زیاد عدالت توزیعی بر سطح رضایت افراد و ایجاد اعتماد بین آنان دارد. (Chiu & Fang, 2010; Lin & Hung, 2009)

علاوه بر این تحقیقات نشان داده است که عدالت رویه‌ای و اطلاعاتی در ایجاد اعتماد به مدیریت نقشی مهمی ایفا می‌کنند و منجر به بروز رفتارهای سطح بالای شهروندی سازمانی مانند مشارکت‌های داوطلبانه بین اعضا می‌شود. در این بین نقش عدالت اطلاعاتی بر روی اعتماد به مدیریت برجسته‌تر است و این شاید به خاطر برخی از محدودیت‌های ذاتی VC نظیر عدم وجود علایم دیداری و قوانین کاری باشد. (Chiu & Fang, 2010)

در ادامه با ارائه تعریف خودکارآمدی و رفتار شهروندی سازمانی، از اعتماد و عدالت به عنوان مولفه‌های مهم در شکل‌دهی خودکارآمدی افراد و بروز رفتارهای شهروندی سازمانی یاد می‌شود.

خودکارآمدی^۹ و نقش آن در انتشار دانش

خودکارآمدی از نظریه شناخت اجتماعی آلبرت باندورا (۱۹۹۷) روان‌شناس مشهور گرفته شده است و به باورها یا قضاوت‌های فرد به توانایی‌های خود در انجام وظایف و مسئولیت‌ها اشاره دارد. بدین ترتیب رفتار انسان تنها در کنترل محیط نیست بلکه فرایندهای شناختی نقش مهمی در رفتار آدمی و رفتارهای به اشتراک گذاری دانش دارند. (Chiu, Hsu & Wang, 2006; Lin, Hung & Chen, 2009; Kim, Song & Jones, 2010)

در زیر نظر برخی از محققین در مورد خودکارآمدی مطرح شده است.

⁹ Self Efficacy

خودکارآمدی، شکلی از خود ارزیابی است که بر روی تصمیم شخص بر رفتاری که بر عهده گرفته، انگیزه فرد، میزان تلاش و استقامت فرد در رویارویی با مشکلات و تسلط بر رفتار^{۱۰} تاثیر می‌گذارد، به طور کلی درک خودکارآمدی نقش مهمی در انگیزش و رفتار افراد دارد. (Kim, Song & Jones, 2010; Chen & Hung, 2010)

برخی محققین معتقدند که خودکارآمدی عامل اصلی ایجاد انگیزه در افراد برای انتشار دانش است. آن‌ها همچنین بیان می‌کنند که قضاوت افراد از عملکردشان در امور VC در میزان حضور آن‌ها در انتشار دانش موثر است و خودکارآمدی را تاثیر گذار ترین فاکتور در انتشار دانش معرفی می‌کند. (Lin, Hung & Chen, 2009)

منظور از خودکارآمدی در این تحقیق خود ارزیابی اعضا و اطمینان از مهارت و توانایی خود در پاسخگویی به سوالات دیگران و نیز تلاش آن‌ها در فراهم آوردن دانشی است که علاوه بر ارزشمندی برای دیگران، برای گروه نیز قابل استفاده باشد. افرادی که دارای خود کار آمدی بالایی هستند تمایل بیشتری برای انتشار دانش در VC دارند. (Kim, Song & Jones, 2010; Chen & Hung, 2010)

مدیران بایستی استراتژی‌هایی نظیر برنامه‌های آموزش آنلاین و مکانیسم‌های پشتیبانی و روش‌های دیگری که به افزایش خود کارآمدی افراد منجر می‌شوند شناسایی نمایند و با شناخت توانایی‌های افراد و تقویت آن‌ها شرایطی را فراهم نمایند تا آنان باور کنند که قادرند دانش خود را در VC به اشتراک گذارند و به هدف اصلی یعنی افزایش سطح انتشار دانش در گروه کمک کنند. (Lin, Hung & Chen, 2009; Chen & Hung, 2010)

رفتار شهروندی سازمانی و نقش آن بر انتشار دانش در VC

رفتار شهروندی سازمانی، رفتاری فردی و داوطلبانه است که مستقیماً به وسیله سیستم‌های رسمی پاداش در سازمان طراحی نشده‌اند، اما با این وجود باعث ارتقای اثر بخشی و کارایی عملکرد سازمان می‌شود. (Fang & Chiu, 2010; Chen & Hung, 2010; Koh & Kim, 2004; Yu & Chu, 2007)

از آنجا که گروه‌های مجازی به صورت گروه‌هایی خود سازمان یافته‌اند که در آن افراد شرکت در گروه را داوطلبانه برگزیده‌اند، نقش برجسته رفتارهای داوطلبانه اعضا در تاثیرات مثبت بر کارایی و اثر بخشی عملکرد گروه کاملاً مشخص و مشهود است. از این رو به نظر می‌رسد که رفتارهای شهروندی سازمانی در این گروه‌ها از اهمیت بسزایی برخوردار است. گروهی از محققین تسهیم دانش را فرمی از رفتار شهروندی سازمانی معرفی کرده‌اند، به این معنی که اعضای فعال VC که یک نوع از رفتار شهروندی سازمانی را از خود نشان می‌دهند احتمالاً در تسهیم دانش نیز شرکت خواهند نمود، به این ترتیب افراد با درجه بالاتری از رفتار شهروندی سازمانی تمایل بیشتری دارند تا در آینده نیز در تسهیم دانش مشارکت بیشتری داشته باشند. (Koh & Kim, 2004; Fang & Chiu, 2010)

رفتار شهروندی سازمانی دارای ابعاد مختلفی است، ارگان و کانوسکی ۵ بعد برای رفتار شهروندی سازمانی تعریف کرده‌اند که عبارتند از: وجدان کاری یا وظیفه‌شناسی^{۱۱}، نوع دوستی یا فداکاری^{۱۲}، فضیلت شهروندی^{۱۳}، جوانمردی^{۱۴}، احترام^{۱۵}. (Yu & Chu, 2007)

برای ایجاد یک رفتار شهروندی سازمانی سطح بالا، یکی از مهم‌ترین عوامل وجود خود کارآمدی در افراد است. خودکارآمدی نقش مهمی در ایجاد انگیزه در افراد و همچنین بر طرز رفتار آنان دارد. از نظر آلبرت باندورا افرادی که از خودکارآمدی بالاتری

¹⁰ Mastery of Behavior

¹¹ Conscientiousness

¹² Altruism

¹³ Civil Virtue

¹⁴ Sportsmanship

¹⁵ Courtesy

برخوردار هستند رفتار های مناسب تری از خود نشان می دهند. از این رو از خودکارآمدی به عنوان یک متغیر کنترل رفتار فردی یاد می شود و می توان گفت خودکارآمدی در نحوه رفتار افراد و به خصوص در رفتار داوطلبانه آن ها در گروه های مجازی نقش بسزایی دارد. در واقع میزان خود کار آمدی در افراد در تعیین سطح رفتار شهروندی سازمانی آن ها موثر است.

در این مقاله تنها به بررسی و تعریف ۲ بعد از رفتار شهروندی سازمانی که عبارتند از: وجدان کاری و نوع دوستی که تحقیقات نشان داده است نقش بسزایی در انتشار دانش ایفا می کنند پرداخته ایم. این دو بعد عبارتند از " وجدان کاری و نوع دوستی که در زیر به تعریف هر یک می پردازیم.

وجدان کاری یا وظیفه شناسی به رفتار های خاص اعضای گروه که فراتر از سطح مورد انتظار برای انجام آن کار است، اشاره دارد، در واقع اشاره به اقداماتی دارد که فرد تلاش و زمانی بیشتر از معمول برای آن صرف می کند تا به بهترین شکل از عهده امور محوله برآید. (Chiu & Fang, 2010; Yu & Chu, 2007)

نوع دوستی یا فداکاری: به رفتارهای مفید و سود بخشی از قبیل ایجاد صمیمیت، همدلی و دلسوزی میان اعضا اشاره دارد که به شکل مستقیم و یا غیرمستقیم به افراد که دارای مشکلات کاری هستند کمک می کند. (Chiu & Fang, 2010; Yu & Chu, 2007)

اهمیت و نقش رفتارهای شهروندی سازمانی در نمونه گروه های سنتی کاملاً مشهود است اما در نمونه گروه های مجازی به دلیل اینکه کلیه ارتباطات از طریق پست الکترونیکی، ویدئو کنفرانس و فضای سایبری صورت می گردد، ضعیف تر است.

نوع دوستی و وجدان کاری و نقش آن ها در انتشار دانش

نوع دوستی و وجدان کاری به عنوان ۲ بعد مهم رفتار شهروندی سازمانی محسوب می گردند تحقیقات نشان داده است که این ۲ بعد نقش بسزایی در انتشار دانش دارند.

منظور از نوع دوستی در VC این است که اعضای گروه مجازی دانش و تجربیات خود را جهت یاری دیگران با هزینه خود (تلاش، زمان، ...) به اشتراک می گذارند و توقع جبران در آینده را ندارند، در واقع رفتارهای نوع دوستی به امید لطف دیگران در زمان نیاز صورت نمی گیرد. برخی از محققین نوع دوستی را مشوقی برای اشتراک دانش و مشارکت در VC و نیز محرکی برای افراد به منظور شرکت در ارتباطات دو سویه می دانند. (Chiu & Fang, 2010; Yu & Chu, 2007)

مطالعات نشان می دهد که وجدان کاری تمایلی قوی برای شرکت در فعالیت های گروهی ایجاد می کند؛ در واقع وجدان کاری بیشتر، سبب رغبت بیشتر برای به اشتراک گذاری دانش می گردد. (Chiu & Fang, 2010)

علاوه بر این در برخی تحقیقات رابطه مثبتی بین نوع دوستی و وجدان کاری با اشتراک دانش در محیط کاری از طریق رفتار شهروندی سازمانی قائل شده اند.

در VC ها انتشار دانش بدون توقع از دیگران نوع دوستی محسوب می گردد. وقتی فردی دانش را به عنوان عضوی از گروه منتشر می کند نشانه احترام اوست به دیگران و چون ریسک وجود نداشتن هیچ پاسخی وجود دارد نشانه جوانمردی وی نیز می باشد، به همین دلیل است که برخی از محققین اشتراک دانش را به نوعی رفتار شهروندی سازمانی می دانند. (Chiu & Fang, 2010)

به طور کلی می توان گفت که افراد با سطح بالایی از نوع دوستی و وجدان کاری، تمایل بیشتری از خود نشان می دهند تا در انتشار دانش سهیم باشند و هر چقدر این خصیصه ها در آن ها قوی تر باشد آن ها تمایل بیشتری نیز برای شرکت در تعاملات اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش خود با دیگران پیدا می کنند.

تاثیر اعتماد و عدالت بر خودکارآمدی و رفتار شهروندی سازمانی

ترغیب رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان و ایجاد حس خودکارآمدی در آنان به طور مستقیم امکان پذیر نیست، برای تشویق این گونه رفتارها در محیط‌های سازمانی باید پیش زمینه‌های آن‌ها را شناخت، تقویت و مدیریت نمود، عدالت و اعتماد سازمانی دو پیش زمینه مهم و اثر گذار بر رفتار شهروندی سازمانی و خودکارآمدی می‌باشند.

اعتماد به عنوان محرکی برای بروز حس خودکارآمدی در افراد و افزایش رفتار شهروندی است. از این رو زمانی که روابط افراد از سطح اعتماد بالایی برخوردار باشد، می‌توان انتظار داشت که آنان سطح بالاتری از رفتار شهروندی را از خود بروز دهند. در واقع می‌توان گفت اعتماد، حس مسئولیت پذیری در اعضا را افزایش می‌دهد و این افزایش خود را در قالب خودکارآمدی آنان و بروز رفتارهای شهروندی سازمانی نمایش می‌دهد. به نظر می‌رسد وقتی اعتماد بین اعضا وجود دارد افراد مولفه‌های بیشتری از رفتار شهروندی را از خود نشان می‌دهند. (Lin, Hung & Chen, 2009; Fang & Chiu, 2010)

علاوه بر اعتماد، عدالت نیز در ایجاد و ارتقای خودکارآمدی نقش برجسته‌ای دارد به این معنی که هر قدر عدالت توزیعی، شخصی، رویه‌ای و اطلاعاتی بیشتر باشد درک افراد از خودکارآمدی بالاتر است. همچنین وقتی افراد احساس کنند که اعضای گروهی که در آن عضو هستند به طرز صحیح، سازگار و منصفانه با یکدیگر برخورد می‌کنند، رفتار شهروندی بیشتری از خود نشان می‌دهند. (Chiu & Fang, 2010)

از این رو می‌توان گفت برای اینکه ۲ مولفه خود کار آمدی و رفتار شهروندی بین اعضا نهادینه گردد ابتدا بایستی اعتماد و عدالت را بین آنان ایجاد نمود تا بتوان به هدف اصلی گروه‌های مجازی، یعنی انتشار دانش مفید و کاربردی دست یافت.

محدودیت‌ها

- به علت نبود VC های کارآمد در کشور ما این امکان برای پژوهشگران وجود نداشت تا با تهیه پرسشنامه، میزان نقش عوامل ذکر شده در تحقیق را به دقت بررسی نمایند و تنها به ارائه عوامل موثر اکتفا نمودند.
- یکی از مشکلات تحقیق حاضر نبود منابع به زبان فارسی و جدید بودن موضوع مطرح شده در حوزه انتشار دانش بود.
- هرچند که منابع موجود در مورد VC کم نبودند ولی مطالب موجود در این منابع تقریباً تکراری بوده و برای پیش بردن پژوهش حاضر پژوهشگران را یاری نمی‌کردند.
- مطالب موجود در زمینه VC بسیار کلی و مختصر مطرح شده بود. به همین دلیل پژوهشگران نتوانستند در مورد موضوع پژوهش نظریه جامع و کلی پیدا کنند و به نظریات شخصی ارائه شده اکتفا نموده‌اند.
- از آنجا که موضوع مورد انتخاب دارای گستره وسیعی از تنوع است انتخاب ما تنها شامل معیارهای اعتماد، عدالت، خودکارآمدی، وجدان کاری و نوع دوستی گردید.

پیشنهادات برای تحقیقات آتی

- بررسی نقش سرمایه اجتماعی در انتشار دانش در VC
- بررسی نقش ابعاد مختلف رفتار شهروندی سازمانی در انتشار دانش در VC
- بررسی نقش فرهنگ، ارزش‌ها و باورهای اعضا در انتشار دانش در VC
- بررسی نقش رضایت اعضا در میزان تمایل آن‌ها در انتشار دانش در VC

نتیجه

در این تحقیق هدف شناخت عواملی بود که اعضای VC را تشویق می‌نماید تا به صورت داوطلبانه و مداوم از طریق به اشتراک گذاری پیوسته دانش به دیگران کمک کنند، در واقع با استفاده از مطالعات قبلی انجام شده در این زمینه به دنبال یافتن مولفه‌هایی بودیم که رضایت افراد را از فرایند به اشتراک گذاری دانش خود با دیگران افزایش می‌داد و آن‌ها را نیز برای شرکت در چنین فعالیت‌هایی ترغیب می‌نماید.

در بحث عدالت اشاره نمودیم که رفتارهای عادلانه افراد نسبت به یکدیگر منجر به بهبود تعاملات متقابل بین آنان شده و سطح بالایی از رفتار شهروندی سازمانی در گروه ایجاد می‌کند و سبب تقویت اعتماد در گروه نیز می‌گردد. بایستی توجه نمود که تحت شرایط پیچیدگی و عدم قطعیت، تنها هنگامی حفظ همکاری‌های اثربخش امکان پذیر خواهد بود که ارتباطات روشن باشد و این اتفاق زمانی صورت می‌پذیرد که اعتماد و اطمینان متقابل به وجود آید. اعتماد با خود وفاداری را به ارمغان خواهد آورد و نیروی انسانی وفادار، حاضر است فراتر از وظایف خود فعالیت کند. به نظر می‌رسد ویژگی‌هایی از VC مثل نبود ارتباط رو در رو، علایم دیداری و همچنین قوانین نامشخص کاری سبب شده است که اعتماد به عنوان جایگزینی برای حل مشکلات به وجود آمده ناشی از مولفه‌های ذکر شده باشد، علاوه بر این، اعتماد در شکل‌گیری محیطی که منجر به تعاملات بهتری با دیگران می‌شود کمک می‌کند.

در تحقیق انجام شده مشخص شد که عدالت و اعتماد سازمانی دو پیش‌زمینه مهم و اثرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی و خودکارآمدی می‌باشند. زمانی که روابط افراد از سطح اعتماد بالایی برخوردار باشد، می‌توان انتظار داشت که آنان سطح بالاتری از رفتار شهروندی را از خود بروز دهند. در واقع می‌توان گفت اعتماد، حس مسئولیت‌پذیری در اعضا را افزایش می‌دهد و این افزایش خود را در قالب خودکارآمدی آنان و بروز رفتارهای شهروندی سازمانی نمایش می‌دهد و زمانی که اعتماد بین اعضا به وجود می‌آید افراد مولفه‌های بیشتری از رفتار شهروندی را از خود نشان می‌دهند. برای ایجاد یک رفتار شهروندی سازمانی سطح بالا، یکی از مهم‌ترین عوامل وجود خودکارآمدی در افراد است که در نحوه رفتار افراد و به خصوص در رفتار داوطلبانه آن‌ها در گروه‌های مجازی نقش بسزایی دارد. در واقع میزان خودکارآمدی در افراد در تعیین سطح رفتار شهروندی سازمانی آن‌ها موثر است. علاوه بر این هر قدر عدالت توزیعی، شخصی، رویه‌ای و اطلاعاتی بیشتر باشد درک افراد از خودکارآمدی بودنشان نیز بالاتر است، همچنین وقتی افراد احساس کنند که اعضای گروهی که در آن عضو هستند به طرز صحیح، سازگار و منصفانه با یکدیگر برخورد می‌کنند، رفتار شهروندی بیشتری از خود نشان می‌دهند و در آخر با وجود چنین شرایطی زمینه لازم برای تعامل و اشتراک گذاری دانش افراد در چنین فضاهایی بیشتر میسر خواهد شد.

منابع

1. Chih-Jou Chen & Shiu-Wan Hung, "To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities", *Information & Management* 47 (2010) 226-236
2. Yu-Hui Fang & Chao-Min Chiu, "In justice we trust: Exploring knowledge-sharing continuance intentions in virtual communities of practice", *Computer in Human Behavior* 26(2010) 235-246
3. Ming-Ji James Lin, Shiu-Wan Hung & Chih-Jou Chen, "Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities", *Computers in Human Behavior* 25 (2009) 929-939
4. Meng-Hsiang Hsua, Teresa L. Jub, Chia-Hui Yenc & Chun-Ming Changa, "Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations", *Int. J. Human-Computer Studies* 65(2007) 153-169
5. Chao-Min Chiu & Eric T.G. Wang, "Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Expectancy Disconfirmation and Justice Theories", 11th Pacific-Asia Conference on Information Systems
6. Tung-Ching Lin & Chien-Chih Huang, "Understanding social loafing in knowledge contribution from the perspectives of justice and trust", *Expert Systems with Applications* 36 (2009) 6156-6163
7. J.Koh & Y.-G.Kim, "Knowledge sharing in virtual communities: a business perspective", *Journal of Expert Systems with Applications* 26 (2004) 155-166
8. Junghwan Kim, Jaeki Song, Donald R.Jones, "The cognitive selection framework for knowledge acquisition strategies in virtual communities", *International Journal of Information Management* xxx (2010) xxx-xxx
9. Chia-Ping Yu, Tsai-Hsin Chu, "Exploring knowledge contribution from OCB perspective", *Information & Management* 44 (2007) 321-331
10. Definition of Social learning theory in Wikipedia available in http://en.wikipedia.org/wiki/Social_learning_theory