

Influence of Social Capital Dimensions and Social Cognition on Individuals' Willingness to Share Knowledge

Ali Biranvan*¹, Maryam Mansouri²

Received: October, 3, 2025; Revised: November, 23, 2025

Accepted: November, 25, 2025; Published: March, 1, 2026

Abstract

Purpose: This study examines the influence of social capital and social cognition on the willingness of employees at the National Museum of Iran to share knowledge.

Methodology: This applied research employed a descriptive-survey design. The statistical population comprised all employees of the National Museum of Iran in 2025. Using Cochran's formula and a simple random sampling method, 184 valid questionnaires were collected. Data were gathered through a composite questionnaire measuring the dimensions of social capital, social cognition, and knowledge sharing. The validity and reliability of the instrument were confirmed using confirmatory factor analysis and Cronbach's alpha. Data analysis was conducted through Pearson correlation tests and structural equation modeling (SEM) using LISREL software.

Findings: The results showed that all three dimensions of social capital have a positive and significant effect on knowledge sharing. Similarly, the dimensions of social cognition—including social goals, self-efficacy, and attributions—exert a positive and significant influence on employees' willingness to share knowledge. In addition, the model fit indices indicated an acceptable and optimal fit for the proposed research model.

Conclusion: Social capital, by fostering communication networks and trust, and social cognition, by strengthening individual beliefs and social goals, jointly create a complementary foundation for knowledge sharing. Accordingly, managers of museums and cultural organizations can improve knowledge flow by reinforcing trust, enhancing employees' self-efficacy, cultivating shared goals, and managing employees' emotions.

Value: The contribution of this study lies in the simultaneous application of two theoretical perspectives—social capital and social cognition—which offers a more comprehensive understanding of the factors shaping employees' willingness to share knowledge.

Keywords: *Social capital, Social cognition, Knowledge sharing, National Museum of Iran*

How to Cite:

Biranvan, A., & Mansouri, M. (2026). Influence of Social Capital Dimensions and Social Cognition on Individuals' Willingness to Share Knowledge. *Journal of Knowledge-Research Studies*, 5 (1): 157-174.

Doi: <https://doi.org/10.22034/jkrs.2026.20859>

URL: https://jkrs.tabrizu.ac.ir/article_20859.html?lang=en

Article Type: Original Article

©The Author(s)

Publisher: University of Tabriz

E-ISSN: [2821-045X](https://doi.org/10.22034/jkrs.2026.20859)

The paper is an open access and licensed under the Creative Commons CC BY NC license.



1. Associate Professor, Department of Knowledge and Information Science, Payame Noor University, Tehran, Iran (Corresponding Author) biranvand@pnu.ac.ir
2. Instructor, Department of Social Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Extended Abstract

Introduction: Knowledge sharing is a fundamental component of knowledge management and a critical driver of organizational efficiency, innovation, and the development of intellectual capital. In cultural organizations such as museums, the importance of this process becomes even more pronounced. Much of the knowledge held by museum employees is tacit, experiential, and highly specialized, and its transfer is essential for preserving, developing, and transmitting cultural heritage. Despite this necessity, empirical evidence indicates that knowledge sharing in many organizations—including cultural institutions—often remains suboptimal, as employees may be inclined to retain their individual expertise rather than share it. Focusing on the National Museum of Iran, the present study seeks to identify the factors that enhance employees' willingness to share knowledge.

Within the theoretical literature, two major frameworks—social capital and social cognition—have been particularly influential in explaining knowledge-related behaviors. Social capital theory emphasizes how the structural, relational, and cognitive dimensions of interpersonal connections serve as a foundation for knowledge exchange. In contrast, Bandura's social cognition theory highlights the role of individual beliefs, social goals, and attributional tendencies in shaping behavioral intentions, including the willingness to share knowledge. Investigating these two perspectives together provides a more holistic understanding of the mechanisms through which knowledge-based behaviors emerge in cultural organizations. Given that museum work relies heavily on professional interactions, the exchange of historical and cultural expertise, and collaborative engagement among specialists, identifying the determinants of knowledge sharing holds substantial practical value. Such insights can inform policies related to human resource management, organizational learning, and the professional development of museum staff. Accordingly, the present study aims to analyze the influence of the dimensions of social capital and social cognition on employees' willingness to share knowledge in the National Museum of Iran.

Purpose: The primary objective of this study is to examine the effect of the dimensions of social capital and social cognition on the willingness of employees at the National Museum of Iran to share knowledge. To achieve this aim, the study investigates the role of three dimensions of social capital—structural, relational, and cognitive—and three components of social cognition—social goals, self-efficacy, and attributions—on two dimensions of knowledge sharing: knowledge donation and knowledge collection. This theoretical combination is relatively innovative within the knowledge management literature and offers a comprehensive framework for understanding knowledge-related behaviors in cultural and highly specialized organizational settings. Beyond its theoretical contribution, the study seeks to provide practical guidance for managers of cultural organizations, particularly those overseeing the National Museum of Iran. By identifying the factors that significantly influence knowledge sharing, managers can design targeted mechanisms to enhance knowledge flow across employees. The findings are expected to address existing gaps in the literature on knowledge management and organizational behavior while informing policy directions aimed at improving the effectiveness of knowledge sharing within cultural institutions.

Methodology: This study is applied in nature and employs a descriptive–survey research design. The statistical population consisted of 318 employees of the National



Journal of

Knowledge-Research
Studies (JKRS)

Vol 5

Issue 1

Serial Number 15

Museum of Iran in 1404. Using Cochran’s formula, a sample size of 184 participants was determined, and 184 valid questionnaires were collected for analysis. Data were gathered using a standard questionnaire comprising 31 items organized into three sections: social capital, social cognition, and knowledge sharing. The reliability of the instrument was confirmed using Cronbach’s alpha coefficient, and the validity of the constructs was examined through confirmatory factor analysis. For data analysis, descriptive statistics were first applied, followed by structural equation modeling (SEM) using LISREL software. The results of the confirmatory factor analysis indicated that the factor loadings of all items exceeded the acceptable threshold, and the t-statistics for all items were greater than the critical value of 1.96, confirming convergent validity. The model fit indices demonstrated an acceptable level of model fit. Specifically, the RMSEA value was 0.042, the χ^2/df ratio was close to 2, and the GFI, AGFI, NFI, and NNFI indices were all above 0.90, indicating a satisfactory fit of the proposed model. In the structural model, the effects of the dimensions of social capital and social cognition on knowledge sharing were examined separately. The structural dimension of social capital showed a positive and significant effect on knowledge sharing ($\beta = 0.32$, $t = 3.31$), while the relational dimension also demonstrated a significant positive influence ($\beta = 0.34$, $t = 3.64$). Within the social cognition components, the attribution variable exhibited the strongest effect on knowledge sharing ($\beta = 0.57$, $t = 7.71$). The detailed results of these analyses are presented in Table 1.



Table1. Summary of the acceptance range and the obtained value of the model fitness indices

Index	$\frac{\chi^2}{df}$	SRMR	RMSEA	GIF	AGIF	NFI	NNFI	IFI	TLI
Acceptance range	1-5	0.05>	0.05>	0.09<	0.09<	0.09<	0.09<	0-1	0.09<
Calculated value	1.92	0.045	0.046	0.92	0.94	0.94	0.98	0.86	0.96

Findings: The findings derived from the structural model analysis in LISREL indicate that all research hypotheses were supported. Both the dimensions of social capital and the components of social cognition exert a positive and significant influence on knowledge sharing among employees of the National Museum of Iran. Specifically, the results show that the structural dimension of social capital positively affects knowledge-sharing behaviors ($\beta = 0.32$, $t = 3.31$). This suggests that the organization’s communication structure, interaction networks, and employees’ access to formal and informal channels of information transfer play an important role in facilitating the exchange of knowledge. Among the dimensions of social capital, the relational dimension demonstrated the strongest effect on knowledge sharing ($\beta = 0.34$, $t = 3.64$). This highlights the importance of trust, mutual respect, and strong interpersonal ties in shaping knowledge flow within the museum. Given the specialized and collaborative nature of museum work—such as conservation, archaeology, restoration, and documentation—professional trust and sustained interaction naturally enhance the transfer of expertise and experience. The cognitive dimension of social capital was also confirmed, with a t-value exceeding the critical threshold of 1.96 and a statistically significant effect coefficient. This underscores the influence of shared professional language, common cultural and organizational goals, and a collective understanding of the importance of knowledge transfer in shaping employees’ knowledge-sharing behaviors. In the domain of social cognition, the attribution component exhibited the strongest overall effect in the model ($\beta = 0.57$, $t = 7.71$). This finding indicates that employees who attribute individual and organizational achievements to collective effort and collaborative knowledge creation

are significantly more inclined to share their knowledge with others. Social goals were also found to be significant, suggesting that social motives, professional identity, and a sense of responsibility toward cultural heritage preservation serve as key drivers of knowledge sharing in museum settings. The structural model fit indices further support the validity of the proposed framework. The RMSEA value (0.042), along with GFI, AGFI, NFI, and NNFI values all exceeding 0.90, indicate a strong and acceptable model fit. Collectively, these findings confirm the central role of social capital and social cognition in promoting knowledge-sharing behaviors in cultural organizations such as the National Museum of Iran.

Overall, the findings indicate that within the National Museum of Iran, the combination of strong social ties and positive cognitive beliefs regarding the value of knowledge sharing has the greatest predictive power for employees' knowledge-sharing behavior. This result highlights the simultaneous importance of two key domains—organizational trust derived from social capital and motivational beliefs derived from social cognition—in fostering effective knowledge management within cultural organizations. The results suggest that when employees operate within a network characterized by trustful relationships, collaborative interactions, and shared professional understanding, and at the same time possess positive cognitive beliefs about the benefits and outcomes of knowledge sharing, their willingness to exchange knowledge significantly increases. Consequently, both interpersonal relational structures and individual cognitive motivations jointly shape knowledge-sharing practices in museum environments. The structural model of the research is presented in two formats: standard estimation coefficients and t-values, illustrated in Figures 1 and 2.

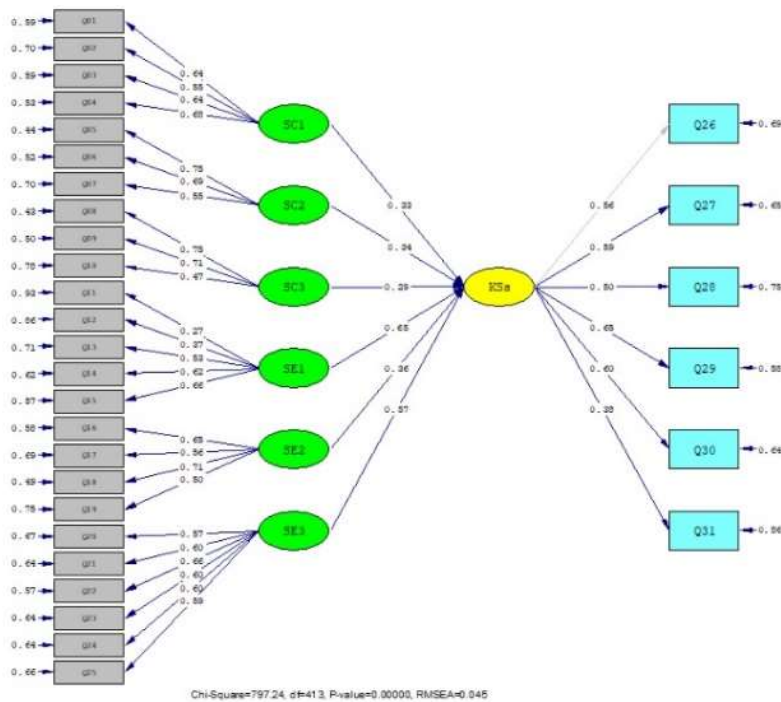


Figure 1. Structural model of the research (standard estimate)

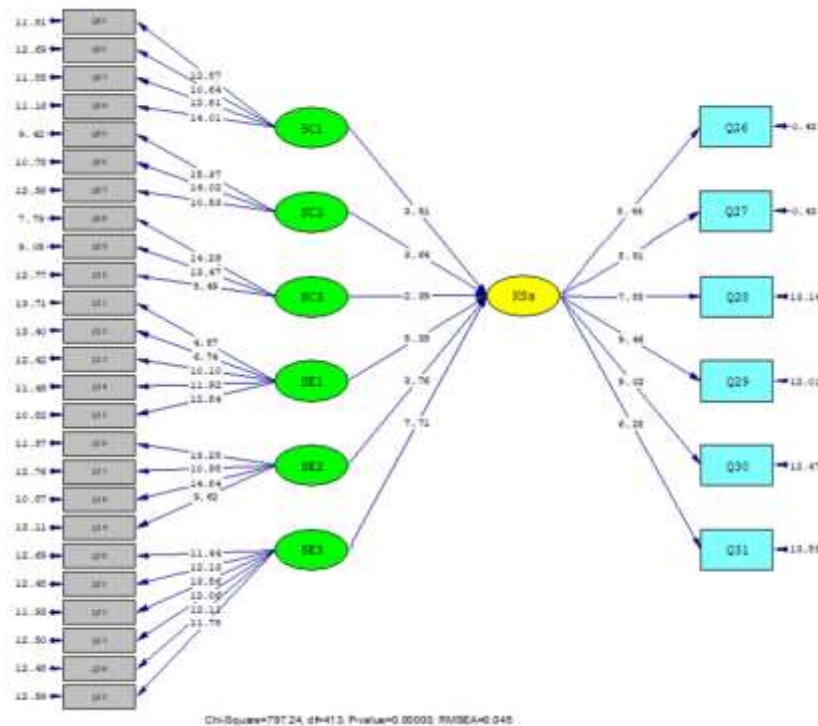


Figure 2. Structural model of the research (t-statistics)



Conclusion: This research has theoretical and practical value in several ways. Theoretically, combining the theories of social capital and social cognition to explain knowledge-sharing behavior in a cultural organizational context represents a relatively new approach that has received limited attention in the literature. The findings showed that neither of these theories alone can fully explain knowledge-sharing behavior; rather, the combination of social structure and individual psychological beliefs provides a more efficient explanatory model. From a practical perspective, the results offer useful insights for managers of museums and cultural institutions. For example, the study found that social goals and cognitive beliefs play an important role in encouraging knowledge sharing, suggesting that policymakers can prioritize initiatives aimed at developing organizational culture, strengthening professional accreditation, and promoting scientific participation. The findings also indicated that enhancing interpersonal relationships and fostering a climate of trust within the organization are key factors in facilitating knowledge transfer. This can inform strategies for designing social reward systems, teamwork structures, and internal learning networks.

The findings of this study are consistent with Nahapiet and Ghoshal (1998), who argued that social capital constitutes the foundation for the development of intellectual capital and the exchange of knowledge. The results are also aligned with studies such as Wang (2022) and Steinmo and Rasmussen (2018), which demonstrated that trust and relational networks play a critical role in sustaining knowledge-sharing behaviors. From a domestic perspective, the findings support those of Zarei et al. (2021), who concluded that social capital significantly enhances knowledge-sharing practices among Iranian librarians.

With regard to social cognition, the results are consistent with Bandura's (1986) social cognitive theory, which emphasizes the importance of self-efficacy and outcome expectations in shaping organizational behavior. Furthermore, the positive effects of social goals and attribution are in line with the findings of Shojaei et al.

(2018) and Koranteng and Wiafe (2019). Overall, this study confirms that integrating social capital and social cognition offers a comprehensive perspective on knowledge-sharing behavior. While social capital provides the structural and relational foundation for knowledge exchange, social cognition activates individual beliefs and motivations, indicating that these two frameworks operate as complementary rather than independent mechanisms.

Value: The study demonstrates that social capital and social cognition both significantly and complementarily influence employees' willingness to share knowledge. Social capital provides the structural, relational, and cognitive foundations for interaction, while social cognition strengthens individual motivation, self-efficacy, and positive outcome expectations related to knowledge sharing. This dual perspective contributes to the theoretical literature by integrating two complementary frameworks and also provides practical implications for managers of cultural organizations. The findings suggest that strengthening organizational trust, promoting shared goals and a common language, enhancing employees' self-efficacy, and effectively managing emotions can play important roles in improving knowledge flow within organizations. The originality of this research lies in the simultaneous application of social capital and social cognition frameworks within the specific cultural context of the National Museum of Iran. This integrated approach offers useful insights for future research in knowledge management and provides a practical framework for organizations seeking to develop and sustain a culture of knowledge sharing.



Journal of
Knowledge-Research
Studies (JKRS)

Vol 5

Issue 1

Serial Number 15

References

- Abdelwahed, N. A. A., & Doghan, M. A. A. (2023). Developing employee productivity and performance through work engagement and organizational factors in an educational society. *Societies*, 13(3), 65. <https://doi.org/10.3390/soc13030065>
- Abdurohman, N. R. (2024). Artificial intelligence in higher education: Opportunities and challenges. *Eurasian Science Review: An International Peer-Reviewed Multidisciplinary Journal*, 2(Special Issue), 1683–1695.
- Ahmad, A., Achmad, G. N., & Adhimursandi, D. (2025). Mediating effect of creative self-efficacy in the relationship between knowledge sharing and perceived organizational support. *International Journal of Multidisciplinary Approach Research and Science*, 3(2), 635–651. <https://doi.org/10.59653/ijmars.v3i02.1661>
- Almuqrin, A., & Mutambik, I. (2021). The explanatory power of social cognitive theory in determining knowledge sharing among Saudi faculty. *PLOS ONE*, 16(3), e0248275. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248275>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Biranvand, A., Mohammadi Ostani, M., & Ghannatian, S. (2024). The effect of knowledge management systems and knowledge sharing on the performance and loyalty of librarians. *Sciences and Techniques of Information Management*, 10(1), 239–264.
- Biranvand, A., Sahraian, K., Jafari, N., & Banaei, Z. (2025). The effect of emotional intelligence on knowledge sharing behavior in public libraries. *Library and Information Science Research*. <https://doi.org/10.22067/infosci.2025.89705.1220>
- Eni, L. N., Saha, S., Hossain, M. A., & Rahaman, M. M. (2025). Investigating the linkage between knowledge sharing attitude, self-efficacy, and behavior in the Bangladeshi information technology sector: Knowledge sharing intention as a mediator. *Heliyon*, 11(1).

- Harandi, A. (2014). Explaining the role of social capital and knowledge transfer in organizational learning of knowledge-based companies. *Technology Development Management Quarterly*, 4, 161–182. <https://www.magiran.com/p1384818> [In Persian]
- He, M., Yuan, Z., & She, W. (2024). Sharing or hiding? Exploring the influence of social cognition and emotion on employee knowledge behaviors within enterprise social media. *Behavioral Sciences*, 14(8), 653.
- Heisig, P. (2024). Knowledge management. In *Handbook on information sciences* (pp. 229–255). Edward Elgar Publishing.
- Helmy, I., Fitri, A. W., Parmin, Saputra, D. N., & Amelia, D. (2024). Friendship knowledge sharing, interpersonal justice and sustainability performance: Scale development and validation. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(1), e3196. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i1.3196>
- Helmy, I., Parmin, P., Fitri, A. W., Supriyani, T., & Amalia, D. (2023). Linking social capital, knowledge sharing, and individual outcomes: Future research agenda. *Journal of International Conference Proceedings*, 6(4), 163–176. <https://doi.org/10.32535/jicp.v6i4.2651>
- Islam, T., & Chaudhary, A. (2024). Impact of workplace bullying on knowledge hiding: The mediating role of emotional exhaustion and moderating role of workplace friendship. *Kybernetes*, 53(1), 238–255.
- Khan, H. S. ud din, Li, P., Chughtai, M. S., Mushtaq, M. T., & Zeng, X. (2023). The role of knowledge sharing and creative self-efficacy on the self-leadership and innovative work behavior relationship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4), 100441. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100441>
- Koranteng, F. N. (2019). Factors that promote knowledge sharing on academic social networking sites: An empirical study. *Education and Information Technologies*, 24(2), 1211–1236. <https://doi.org/10.1007/s10639-018-9825-0>
- Lu, S., & Cai, Y. (2024). The effect of self-efficacy on knowledge-sharing behavior in virtual communities: The moderating role of online informational support. *Journal of Social Development and Management Strategy*, 26(2), 195–210.
- Ma, H., Xiao, B., Guo, H., Tang, S., & Singh, D. (2022). Modeling entrepreneurial team faultlines: Collectivism, knowledge hiding, and team stability. *Journal of Business Research*, 141, 726–736.
- Mazbouhi, S., Asareh, A., & Shirasb, M. (2018). The role of social capital in knowledge sharing among agriculture students of Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 10(44), 20–28. <https://doi.org/10.22092/jaeaar.2017.109397.1353> [In Persian]
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Peng, M. Y.-P. (2024). Breaking down barriers: Exploring the impact of social capital on knowledge sharing and transfer in the workplace. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03384-9>
- Perry, D. G., Perry, L. C., & Rasmussen, P. (1986). Cognitive social learning mediators of aggression. *Child Development*, 57(3), 700–711. <https://doi.org/10.2307/1130347>
- Peterson, C., Semmel, A., von Baeyer, C., Abramson, L. Y., Metalsky, G. I., & Seligman, M. E. P. (1982). The attributional style questionnaire. *Cognitive Therapy and Research*, 6(3), 287–299. <https://doi.org/10.1007/BF01173577>
- Ryan, A., & Hopkins, N. (2003). Achievement goals in the social domain. University of Illinois at Urbana-Champaign. (Unpublished manuscript).
- Steinmo, M., & Rasmussen, E. (2018). The interplay of cognitive and relational social capital dimensions in university–industry collaboration: Overcoming the experience



**Journal of
Knowledge-Research
Studies (JKRS)**

Vol 5

Issue 1

Serial Number 15

barrier. *Research Policy*, 47(10), 1964–1974.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.07.004>

Sun, Y., Hong, J.-C., & Ye, J.-H. (2022). The effects of employees' perceived intrinsic motivation on knowledge sharing and creative self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.762994>

Van den Hooff, B., & De Ridder, J. A. (2004). Knowledge sharing in context: The influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117–130.

Wang, N., Wang, L., Ma, Z., & Wang, S. (2022). From knowledge seeking to knowledge contribution: A social capital perspective on knowledge sharing behaviors in online Q&A communities. *Technological Forecasting and Social Change*, 182, 121864. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121864>

Zaremohzzabieh, Z., & Mohd Rasdi, R. (2025). Revisiting the determinants of knowledge-sharing behavior in organizations: A meta-analytic structural equation model application. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 74(1–2), 1–22.

Zhang, Y., Xiong, P., Zhou, W., Sun, L., & Cheng, E. T. (2023). Exploring the longitudinal effects of emotional intelligence and cultural intelligence on knowledge management processes. *Asia Pacific Journal of Management*, 40(4), 1555–1578.

Zhao, S., Jiang, Y., Peng, X., & Hong, J. (2021). Knowledge sharing direction and innovation performance in organizations: Do absorptive capacity and individual creativity matter? *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 371–394. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2019-0244>



**Journal of
Knowledge-Research
Studies (JKRS)**

Vol 5

Issue 1

Serial Number 15

تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی و شناخت اجتماعی بر تمایل به اشتراک‌گذاری دانش

علی بیرانوند^{۱*}، مریم منصوری^۲

۱. دانشیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول) biranvand@pnu.ac.ir

۲. مربی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، ایلام، ایران.

تاریخ بازنگری: ۲ آذر ۱۴۰۴

تاریخ دریافت: ۱۱ مهر ۱۴۰۴

تاریخ انتشار: ۱۰ اسفند ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۴ آذر ۱۴۰۴

چکیده

هدف: پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و شناخت اجتماعی بر تمایل به اشتراک‌گذاری دانش در میان کارکنان موزه ملی ایران انجام شده است.

روش‌شناسی: این مطالعه از نوع کاربردی و با رویکرد توصیفی-پیمایشی انجام گرفت. جامعه آماری شامل ۳۱۸ نفر (کلیه کارکنان موزه ملی ایران) در سال ۱۴۰۴ بود. با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۱۷۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. به علت احتمال بازگشت پرسش‌نامه‌های ناقص، تعداد ۱۸۵ پرسش‌نامه توزیع گردید که از این تعداد، ۱۸۴ پرسش‌نامه معتبر گردآوری گردید. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه ترکیبی بود که ابعاد سرمایه اجتماعی، شناخت اجتماعی و اشتراک‌گذاری دانش را موردسنجش قرار داد. روایی و پایایی ابزار از طریق تحلیل عاملی تأییدی و آلفای کرونباخ تأیید شد. داده‌ها با استفاده از آزمون‌های همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار لیزرل تحلیل شدند.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که هر سه بعد سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اشتراک‌گذاری دانش دارند. همچنین، ابعاد شناخت اجتماعی شامل اهداف اجتماعی، خودکارآمدی و اسناد نیز اثر مثبت و معناداری بر تمایل به اشتراک‌گذاری دانش داشتند. شاخص‌های برازندگی مدل نشان‌دهنده برازش مطلوب مدل پژوهش بود.

نتایج: سرمایه اجتماعی با فراهم کردن بستری ارتباطی و اعتماد، و شناخت اجتماعی با تقویت باورهای فردی و اهداف اجتماعی، به صورت مکمل زمینه اشتراک‌گذاری دانش را فراهم می‌آورند. بر این اساس، مدیران موزه‌ها و سازمان‌های فرهنگی می‌توانند با تقویت اعتماد، افزایش خودکارآمدی، ایجاد اهداف جمعی و مدیریت هیجانات، بستری مناسب برای بهبود جریان دانش ایجاد کنند.

اصالت و ارزش: نوآوری پژوهش حاضر در استفاده هم‌زمان از دو چارچوب نظری سرمایه اجتماعی و شناخت اجتماعی است که تصویری جامع‌تر از عوامل مؤثر بر تمایل به اشتراک‌گذاری دانش ارائه می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، شناخت اجتماعی، اشتراک‌گذاری دانش، موزه ملی ایران

چگونه به این مقاله استناد کنیم؟

بیرانوند، علی؛ و منصوری، مریم. (۱۴۰۵). تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی و شناخت اجتماعی بر تمایل افراد به

اشتراک‌گذاری دانش. *نشریه مطالعات دانش‌پژوهی*، ۵(۱): ۱۷۴-۱۵۷.

Doi: <https://doi.org/10.22034/jkrs.2026.20859>

URL: https://jkrs.tabrizu.ac.ir/article_20859.html?lang=fa

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه تبریز

شاپا الکترونیکی: 2821-045X



این مقاله به صورت دسترسی باز و با لایسنس CC BY NC کرییتیو کامنز قابل استفاده است.

دانش یکی از مهم‌ترین منابع راهبردی سازمان‌ها به شمار می‌رود و مدیریت مؤثر آن نقش حیاتی در نوآوری، یادگیری و مزیت رقابتی دارد (احمد^۱ و همکاران، ۲۰۲۵). با توجه به نقش روزافزون دانش به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منبع مزیت رقابتی سازمان‌های امروزی، اشتراک‌گذاری دانش به یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران و پژوهشگران تبدیل شده است (بیرانوند^۲ و همکاران، ۲۰۲۴). سازمان‌های امروزی اشتراک‌گذاری دانش را به‌عنوان فعالیتی حیاتی در جهت افزایش خلاقیت، بهبود بهره‌وری و تقویت درک کارکنان از محیط کار می‌دانند (انی^۳ و همکاران، ۲۰۲۵). از طرفی، عدم اشتراک‌گذاری دانش در بین کارکنان شکاف دانش را افزایش و بهره‌وری را کاهش می‌دهد و ممکن است به روابط بین کارکنان آسیب برساند (بیرانوند و همکاران، ۲۰۲۴)، و عملکرد شخصی و سازمانی را کاهش دهد (ما^۴ و همکاران، ۲۰۲۲). با این وجود، بسیاری از کارکنان غالباً به دریافت دانش از دیگران تمایل دارند، و از اهدای دانش به دلایل مختلفی همچون نگرانی از دست دادن موقعیت فردی یا نبود اعتماد، دوری می‌کنند (سان^۵ و همکاران، ۲۰۲۲). در نتیجه، کارکنان اغلب دانش را احتکار می‌کنند و نسبت به اطلاعات دریافت شده از دیگران نیز با سوءظن برخورد می‌کنند (ایسلام و چائوهاری^۶، ۲۰۲۴).

با توجه به این مهم که انباشت دانش ممکن است منجر به از دست دادن بهره‌وری شود، پرورش میل به اشتراک‌گذاری دانش می‌تواند سازمان را در جهت رسیدن به اهداف خود یاری نماید. براین اساس، شناخت کافی از عوامل سازمانی ترغیب‌کننده رفتار اشتراک‌گذاری دانش در بین کارکنان بسیار مهم است (زارموهزاییه و موهادرسدی^۷، ۲۰۲۵).

با وجود توسعه سامانه‌های مدیریت دانش، پژوهش‌ها نشان می‌دهند که چالش اصلی نه در سطح فناوری، بلکه در رفتارهای فردی و اجتماعی کارکنان برای اشتراک‌گذاری دانش نهفته است (خان^۸ و همکاران، ۲۰۲۳). براین اساس، ضروری به نظر می‌رسد که تحقیقات بیشتری در مورد شناسایی تأثیر عوامل اجتماعی و شناختی بر رفتار اشتراک‌گذاری دانش صورت گیرد تا زوایای پنهان عدم تمایل افراد برای مشارکت در فرایند اشتراک‌گذاری دانش در سازمان‌ها شناسایی شود. از این طریق می‌توان به رفع موانع احتمالی و یا تسهیل شرایط لازم برای اشتراک‌گذاری دانش در روابط بین فردی و سازمانی اقدام نمود.

یکی از نظریه‌های تأثیرگذار بر روابط بین فردی در سازمان‌ها نظریه سرمایه اجتماعی است. نظریه سرمایه اجتماعی نهاییت و قوشال^۹ (۱۹۹۸) چارچوبی ارزشمند برای درک رفتارهای فردی و



1. Ahmad
2. Biranvand I
3. Eni
4. Ma
5. Sun
6. Islam & Chaudhary
7. Zaremohzzabieh & Mohd Rasdi
8. Khan
9. Nahapiet & Ghoshal

سازمانی فراهم کرده است. ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی هر یک می‌توانند جریان دانش را تسهیل یا محدود کنند. به‌عنوان نمونه، اعتماد میان کارکنان، زمینه‌های دانش ضمنی را تقویت می‌کند، درحالی‌که زبان و اهداف مشترک در بعد شناختی بیشتر به گردآوری دانش کمک می‌کنند (پنگ^۱، ۲۰۲۴). در عین حال، پژوهش‌های جدید نشان می‌دهند که تنها وجود سرمایه اجتماعی برای شکل‌گیری رفتارهای اشتراک‌گذاری دانش کافی نیست و متغیرهای شناخت اجتماعی مانند خودکارآمدی، اهداف اجتماعی و اسناد نقش تعیین‌کننده‌ای در تبدیل روابط اجتماعی به رفتارهای واقعی اشتراک‌گذاری دانش دارند (ژانگ^۲ و همکاران، ۲۰۲۴؛ ابدورهمن^۳، ۲۰۲۴). این شکاف نظری بیانگر ضرورت پژوهش‌های ترکیبی است که ابعاد سرمایه اجتماعی و شناخت اجتماعی را هم‌زمان مورد بررسی قرار دهند.

اهمیت این موضوع در سازمان‌هایی چون موزه‌ها دوچندان است. موزه‌ها نه تنها متولی حفاظت و نگهداری میراث فرهنگی هستند، بلکه رسالت اصلی آن‌ها تولید، مستندسازی و انتقال دانش تاریخی و فرهنگی به جامعه است. کارکنان موزه‌ها دارای دانش تخصصی منحصربه‌فردی در زمینه‌های باستان‌شناسی، مرمت، تاریخ هنر و مدیریت آثار فرهنگی هستند که بخش زیادی از آن ماهیتی ضمنی دارد و اگر به اشتراک گذاشته نشود، ممکن است به مرور زمان از دست برود (لو و کای^۴، ۲۰۲۴). در این میان، موزه ملی ایران به‌عنوان بزرگ‌ترین نهاد موزه‌ای کشور، نمونه‌ای برجسته است که بقای علمی و حرفه‌ای آن به جریان آزاد دانش میان پژوهشگران، متخصصان و مدیران وابسته است. با این حال، شواهد نشان می‌دهد که در چنین سازمان‌هایی، دانش کارکنان اغلب در سطح فردی باقی می‌ماند و کمتر در قالب دانش سازمانی تثبیت یا منتقل می‌شود. بر این اساس پژوهش حاضر در تلاش است تا به این سؤال پاسخ دهد که سرمایه اجتماعی و شناخت اجتماعی چه تأثیری بر تمایل به اشتراک‌گذاری دانش توسط کارکنان موزه ملی ایران دارد؟

با توجه به این مطالب، انجام پژوهشی که بتواند به‌طور هم‌زمان نقش سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) و شناخت اجتماعی (اهداف اجتماعی، خودکارآمدی و اسناد) را در دو بعد اشتراک‌گذاری دانش (اهداء و گردآوری) کارکنان موزه ملی ایران تبیین کند، ضروری به نظر می‌رسد. از نظر علمی، این پژوهش شکاف موجود در ادبیات را پر می‌کند و چارچوبی ترکیبی برای تحلیل رفتارهای دانشی ارائه می‌دهد. نتایج این پژوهش می‌تواند به مدیران موزه ملی ایران و سایر نهادهای فرهنگی کمک کند تا با طراحی سیاست‌های منابع انسانی، ایجاد بسترهای ارتباطی و تقویت انگیزش‌های فردی، جریان اشتراک‌گذاری دانش را بهبود بخشیده و از این طریق مأموریت‌های فرهنگی و اجتماعی خود را مؤثرتر محقق سازند.

با توجه به هدف اصلی، فرضیه‌های پژوهش به‌صورت زیر تدوین می‌گردد:

1. Peng
2. Zhang
3. Abdurohman
4. Lu & Cai





فرضیه اصلی: سرمایه اجتماعی و شناخت اجتماعی بر تمایل به اشتراک گذاری دانش تأثیر دارند.
فرضیه اول: بعد ساختاری سرمایه اجتماعی کارکنان موزه ملی ایران بر تمایل آن‌ها به اشتراک-
گذاری دانش تأثیر دارد.

فرضیه دوم: بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی کارکنان موزه ملی ایران بر تمایل آن‌ها به اشتراک گذاری
دانش تأثیر دارد.

فرضیه سوم: بعد شناختی سرمایه اجتماعی کارکنان موزه ملی ایران بر تمایل آن‌ها به اشتراک-
گذاری دانش تأثیر دارد.

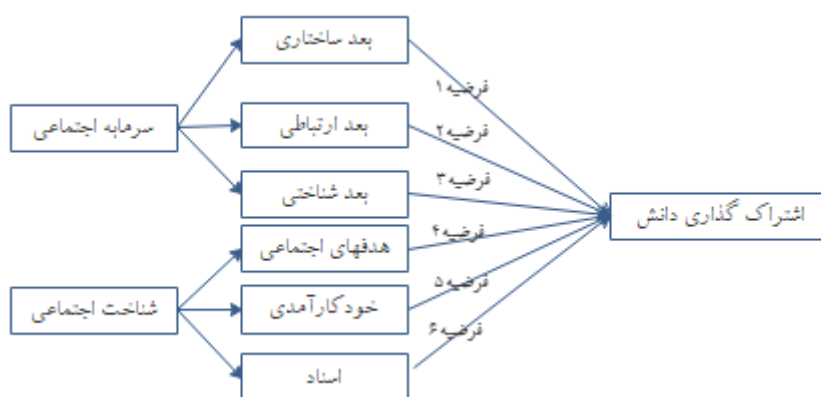
فرضیه چهارم: بعد هدف‌های اجتماعی شناخت اجتماعی کارکنان موزه ملی ایران بر تمایل آن‌ها
به اشتراک گذاری دانش تأثیر دارد.

فرضیه پنجم: بعد خودکارآمدی شناخت اجتماعی کارکنان موزه ملی ایران بر تمایل آن‌ها به
اشتراک گذاری دانش تأثیر دارد.

فرضیه ششم: بعد اسناد شناخت اجتماعی کارکنان موزه ملی ایران بر تمایل آن‌ها به اشتراک گذاری
دانش تأثیر دارد.

مدل مفهومی پژوهش

به منظور درک بهتر روابط میان متغیرهای پژوهش، مدل مفهومی در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۲-پیشینه پژوهش

اشتراک گذاری دانش

اشتراک گذاری دانش یکی از فرایندهای کلیدی مدیریت دانش است که طی آن اطلاعات، مهارت‌ها و تجربیات افراد در اختیار دیگران قرار می‌گیرد (نوناکا و هیروتاکا، ۱۹۹۵). این فرایند شامل دو بعد اصلی است: اهداء دانش^۲ و گردآوری دانش^۳ که به ترتیب بیانگر انتقال فعال دانش به دیگران و دریافت فعال دانش از دیگران است (عبدالواحد و دوغان^۴، ۲۰۲۳؛ ون دن هوف و دی

1. Nonaka & Hirotaka
2. knowledge donating
3. knowledge collecting
4. Abdelwahed & Doghan

رایدر^۱، ژائو^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). اشتراک‌گذاری دانش نه تنها به بهبود عملکرد فردی و سازمانی کمک می‌کند بلکه بستر خلق نوآوری، یادگیری سازمانی و ارتقای سرمایه فکری را نیز فراهم می‌سازد (هیسینگ^۳، ۲۰۲۴). با این حال، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که تمایل افراد به اشتراک‌گذاری دانش اغلب تحت تأثیر عوامل اجتماعی، روان‌شناختی و سازمانی قرار می‌گیرد و نیازمند بررسی جامع این عوامل است.

سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی نخستین بار در علوم اجتماعی مطرح شد و سپس توسط نه‌اپیت و قوشال (۱۹۹۸) وارد ادبیات سازمانی گردید. سرمایه اجتماعی به مجموعه منابعی اشاره دارد که از طریق شبکه‌های روابط اجتماعی در دسترس افراد قرار می‌گیرد. این سرمایه شامل سه بعد اصلی است:

سرمایه ساختاری: الگوی کلی ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی و میزان دسترسی افراد به منابع و کانال‌های اطلاعاتی.

سرمایه رابطه‌ای: کیفیت روابط از جمله اعتماد، تعهد، احترام و هنجارهای متقابل که تعاملات اجتماعی را تسهیل می‌کند.

سرمایه شناختی: زبان، معانی مشترک و درک مشترک که امکان همکاری مؤثر را فراهم می‌سازد (نه‌اپیت و قوشال، ۱۹۹۸).

پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی نقش مهمی در ارتقای تمایل به اشتراک‌گذاری دانش ایفا می‌کند. وانگ^۴ و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد که سرمایه اجتماعی کاربران در محیط‌های دیجیتال با افزایش تعاملات و اعتماد، تسهیم دانش را تسهیل می‌نماید. همچنین، اشتاینمو و راسموسن^۵ (۲۰۱۸) دریافتند که سرمایه رابطه‌ای می‌تواند حتی در شرایط ضعف سرمایه شناختی، جریان دانش را حفظ کند. به‌طور مشابه، پژوهش پنگ^۶ (۲۰۲۴) نشان داد که سرمایه اجتماعی در تعامل با هیجانانگ مثبت کارکنان، تأثیر قوی‌تری بر اشتراک‌گذاری دانش دارد.

- شناخت اجتماعی

نظریه شناخت اجتماعی^۷ که توسط بندورا^۸ (۱۹۸۶) مطرح شد، بر تعامل پویا میان فرد، محیط و رفتار تأکید دارد. بر اساس این نظریه، رفتارهای سازمانی نتیجه تعامل سه عامل اصلی هستند:

1. Van Den Hooff & De Ridder
2. Zhao
3. Heisig
4. Wang
5. Steinmo & Rasmussen
6. Peng
7. Social Cognitive Theory
8. Bandura





خودکارآمدی: باور فرد به توانایی‌های خود برای انجام یک رفتار مشخص. درزمینه اشتراک‌گذاری دانش، خودکارآمدی زمانی اهمیت دارد که کارکنان احساس کنند قادر به انتقال مؤثر دانش خود هستند (الموکرین و موتامبیک^۱، ۲۰۲۱).

اهداف اجتماعی: انگیزه‌های مرتبط با تعلق گروهی و تمایل به کمک به دیگران، که می‌تواند محرک قدرتمندی برای تسهیم دانش باشد (بیرانوند^۲ و همکاران، ۲۰۲۵).

اسناد^۳: نحوه تبیین پیامدهای رفتار، مانند این باور که اشتراک‌گذاری دانش منجر به ارتقای موقعیت فردی یا افزایش ارزش جمعی می‌شود (کورانتنگ^۴، ۲۰۱۹).

یافته‌های جدید نشان می‌دهد که علاوه بر عوامل شناختی، ابعاد هیجانی نیز نقش مهمی در رفتارهای دانشی ایفا می‌کنند. هه و همکاران (هی^۵ و همکاران، ۲۰۲۴) نشان دادند که احساساتی مانند هیجان اجتماعی یا ترس از دست دادن مزیت می‌تواند هم به اشتراک‌گذاری و هم به پنهان‌سازی دانش منجر شود. این موضوع بیانگر ضرورت ادغام رویکرد شناختی-عاطفی در بررسی رفتارهای دانشی است.

سرمایه اجتماعی و شناخت اجتماعی

مطالعات اخیر نشان داده‌اند که هر یک از دو چارچوب «سرمایه اجتماعی» و «شناخت اجتماعی» به تنهایی قادر به تبیین کامل رفتارهای دانشی نیستند. سرمایه اجتماعی بستر ساختاری و رابطه‌ای را برای جریان دانش فراهم می‌کند، اما تنها زمانی منجر به اشتراک‌گذاری واقعی دانش می‌شود که کارکنان از نظر شناختی و هیجانی نیز آمادگی لازم را داشته باشند. در همین راستا، مرور نظام‌مند هلمی^۶ و همکاران (۲۰۲۴) بیان می‌کند که روابط میان سرمایه اجتماعی و رفتارهای دانشی پیچیده و چند سطحی بوده و نیازمند ادغام با سازه‌های شناختی و عاطفی است.

به‌طور مثال، در شرایطی که شبکه‌های اجتماعی قوی وجود دارد (سرمایه ساختاری)، اگر اعتماد کافی برقرار نباشد یا کارکنان خود را ناتوان از اشتراک‌گذاری بدانند (خودکارآمدی پایین)، احتمالاً جریان دانش تضعیف می‌شود. همچنین، پژوهش‌های مربوط به پنهان‌سازی دانش نشان داده‌اند که نبود اعتماد (سرمایه رابطه‌ای) یا اسناد منفی از پیامدهای اشتراک‌گذاری (شناخت اجتماعی) مهم‌ترین موانع رفتارهای دانشی هستند (هی و همکاران، ۲۰۲۴).

بر اساس مبانی نظری، می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه اجتماعی و شناخت اجتماعی هر دو نقش حیاتی در شکل‌گیری تمایل به اشتراک‌گذاری دانش دارند. سرمایه اجتماعی با تقویت شبکه‌های ارتباطی، اعتماد و معانی مشترک، و شناخت اجتماعی با افزایش خودکارآمدی، اهداف اجتماعی

1. Almuqrin & Mutambik
2. Biranvand
3. Attribution
4. Koranteng
5. He
6. Helmy



و اسناد مثبت، به طور مکمل جریان دانش را ارتقا می دهند. این ترکیب نظری می تواند چارچوبی جامع برای تبیین رفتار دانشی کارکنان در سازمان های فرهنگی و دانش محور ارائه کند. مرور پیشینه تحقیقات صورت گرفته در حوزه سرمایه اجتماعی نشان داد که، نهایت و قوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را در قالب سه بعد «ساختاری، رابطه ای و شناختی» معرفی کردند و نشان دادند که این ابعاد با فراهم سازی شبکه ها، اعتماد و معانی مشترک، زمینه خلق و انتقال سرمایه فکری و در نتیجه تسهیم دانش در سازمان ها را تقویت می کنند. تحقیقی که المکرین و موتامبیک^۱ (۲۰۲۱) با تکیه بر نظریه شناخت اجتماعی انجام دادند، دریافتند که «خودکارآمدی اشتراک گذاری دانش» به عنوان میانجی مهمی بین متغیرهای رهبری/محیط سازمانی و رفتار اشتراک گذاری عمل می کند؛ به عبارت دیگر، حمایت سازمانی هنگامی اثرگذار است که منجر به تقویت باور کارکنان نسبت به توانمندی خود در تسهیم دانش شود. نتایج تحقیق وانگ^۲ و همکاران (۲۰۲۲) نیز نشان می دهد که، سرمایه اجتماعی آنلاین یک محرک کلیدی برای رفتارهای مشارکتی دانشی است. ایشان معتقدند که، سرمایه اجتماعی کاربران شبکه های اجتماعی آنلاین (به ویژه بعد ساختاری شبکه و بعد رابطه ای اعتماد) از طریق افزایش تلاش برای جستجوی دانش، به صورت غیرمستقیم موجب افزایش مشارکت در تولید و اشتراک گذاری دانش می شود.

در تحقیق دیگر، هلمی و همکاران (۲۰۲۳) به بررسی ارتباط سرمایه اجتماعی و تسهیم دانش پرداخته اند. نتایج تحقیق آن ها نشان می دهد که روابط میان ابعاد سه گانه سرمایه اجتماعی و خروجی های اشتراک گذاری دانش معمولاً پیچیده و چندمسیره است و نیاز به مدل های مفهومی و تجربی جامع (شامل میانجی ها و تعدیل کننده ها) دارد. این کارها به ویژه بر لزوم آزمون ترکیبی سرمایه شناختی و رابطه ای تأکید می کنند. تحقیق مشابهی توسط پنگ (۲۰۲۴) در یک محیط چندملیتی انجام شده که نشان می دهد سرمایه اجتماعی می تواند در تعامل با انرژی هیجانی کارکنان و فرهنگ سازمانی، اثرات متفاوتی بر تمایل به اشتراک گذاری دانش داشته باشد. این نتایج نشان می دهد که در سازمان هایی با انرژی عاطفی بالا، رابطه سرمایه اجتماعی و اشتراک گذاری دانش تقویت می شود. در تأیید این نتایج، هی و همکاران (۲۰۲۴) بیان می کنند که علاوه بر سازه های شناختی (مثلاً ادراک از مفید بودن)، احساسات و هیجانات کاربران (مثلاً ترس از دست دادن مزیت یا هیجان اجتماعی) می تواند هم اشتراک گذاری و هم مخفی سازی دانش را توضیح دهد- بنابراین بررسی هم زمان سازه های شناختی و هیجانی برای فهم کامل رفتار دانشی ضروری است.

۳- روش شناسی پژوهش

با توجه به هدف اصلی، پژوهش حاضر از نوع کاربردی است که بر مبنای ابزار گردآوری داده ها و ماهیت پژوهش، در دسته مطالعات توصیفی-پیمایشی قرار دارد. جامعه آماری شامل ۳۱۸

1. Almuqrin & Mutambik
2. Wang



نفر (کلیه کارکنان موزه ملی ایران) در سال ۱۴۰۴ بود. با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۱۷۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب گردید. به علت احتمال بازگشت پرسش‌نامه‌های ناقص، تعداد ۱۸۵ پرسش‌نامه توزیع گردید که از این تعداد، تعداد ۱۸۴ پرسش‌نامه معتبر گردآوری گردید. در این پژوهش تأثیر متغیرهای شناخت اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر تمایل به اشتراک‌گذاری دانش توسط کارکنان موزه ملی ایران سنجش شده است. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسش‌نامه ترکیبی شامل ۳۱ سؤال است که نقش سرمایه اجتماعی (بعد سرمایه اجتماعی شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) و شناخت اجتماعی (خودکارآمدی، اسناد و هدف‌های اجتماعی) را بر تمایل به اشتراک‌گذاری دانش در میان کارکنان موزه ملی ایران مورد سنجش قرار می‌دهد. اطلاعات مربوط به ابعاد، مؤلفه‌ها، تعداد گویه‌ها، منبع و آلفای کرونباخ در جدول ۱ ارائه شده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های توصیفی از نرم‌افزار اسپاس و برای تحلیل استنباطی داده‌ها از آزمون‌های همبستگی پیرسون و روش تحلیل مسیر در نرم‌افزار لیزرل استفاده گردید.

جدول ۱. ابعاد، مؤلفه‌ها، گویه‌ها، منبع و آلفای کرونباخ مربوط به متغیرهای پژوهش

ابعاد	مؤلفه‌ها و منبع	شاخص‌ها	گویه‌ها	آلفای کرونباخ
	ساختاری (نهایت و قوشال، ۱۹۹۸)	الگوهای شبکه (روابط شخصی گرم و صمیمی)	۱	۰/۸۴
		تراکم (ارتباط کاری متنوع و زیاد)	۲	
		اتصال (تیم‌ها و کمیته‌های کاری و تصمیم‌گیری مشارکتی)	۳	
		سلسله‌مراتب (ساختار ارتباطی)	۴	
رابطه‌ای (نهایت و قوشال، ۱۹۹۸)	هنجارها (همکاری به‌عنوان یک الزام کار تیمی، انتقادپذیری، تعهد به هدف، رجحان منافع سازمانی)	اعتماد بین فردی (روابط مبتنی بر اعتماد متقابل و صداقت و همکاری)	۵	۰/۸۵
		هویت، شناسایی افراد (عضو یک خانواده مشترک بودن)	۶	
		چشم‌انداز و اهداف مشترک (زبان و کدهای مشترک)	۷	
شناختی (نهایت و قوشال، ۱۹۹۸)		ارزش‌های مشترک اعضا سازمان (ارزش‌ها، فرهنگ و حکایات مشترک)	۸-۹	۰/۷۶
			۱۰	
هدف‌های اجتماعی (ریان و هوپکینز، ۲۰۰۳)		وابستگی اجتماعی	۱۱-۱۳	۰/۸۰
		نگرانی اجتماعی	۱۴-۱۵	
		کسب شایستگی اجتماعی	۱۶-۱۷	
		کسب نتایج خاص اجتماعی	۱۸	
		اثبات قدرت و توانمندی به دیگران	۱۹	
خودکارآمدی (پری و همکاران، ۱۹۸۶)		احساس شایستگی	۲۰	۰/۷۱
		احساس مؤثر بودن	۲۱	
		اعتمادبه‌نفس	۲۲	

- 1 . Ryan & Hopkins
- 2 . Perry et al

ابعاد	مؤلفه‌ها و منبع	شاخص‌ها	گویه‌ها	آلفای کرونباخ
	اسناد (پترسون و همکاران، ۱۹۸۲)	کنترل‌پذیر و کنترل‌ناپذیری	۳۳	۰/۷۳
		درونی، بیرونی بودن	۲۴	
		پایدار و ناپایدار بودن	۲۵	
اشتراک‌گذاری دانش	جمع‌آوری دانش (ون دن هوف و د ریدر، ۲۰۰۴)	اشتراک‌گذاری اطلاعات (به اشتراک‌گذاری اطلاعات)	۲۶-۲۷	۰/۷۵
		اشتراک‌گذاری مهارت (به اشتراک‌گذاری مهارت)	۲۸	
		ارتباط متقابل همکاران (بیانگر ارتباطات و دسترسی اعضا سازمان)	۲۹	
	اهدا دانش (ون دن هوف و د ریدر، ۲۰۰۴)	اشتراک‌گذاری دانش جدید (اشتراک‌گذاری دانش جدید)	۳۰	۰/۷۳
		وضعیت اشتراک‌گذاری دانش در سازمان (وضعیت فعلی)	۳۱	

با توجه به اینکه آلفای کرونباخ در تمامی ابعاد مورد بررسی بالاتر از ۰/۷ است، پایایی ابزار گردآوری داده‌ها تأیید می‌گردد.



۴- یافته‌ها

اطلاعات جمعیت شناختی

از میان ۱۸۴ پرسش‌نامه دریافتی، ۷۰ نفر زن و ۱۱۴ نفر مرد بودند. از نظر سطح تحصیلات نیز ۲۳ نفر کاردانی، ۱۲۰ نفر کارشناسی و ۴۱ نفر کارشناسی‌ارشد و دکتری بودند. همچنین، میانگین ۱۷/۵ سال سابقه کاری و میانگین سنی ۴۱/۵ سال برای نمونه آماری ثبت گردید.

شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

با توجه به رویکرد توصیفی پژوهش و استفاده از ضریب همبستگی جهت تبیین روابط میان متغیرها، مقادیر مربوط به شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ ارائه گردیده است.

جدول ۲. شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	تعداد	میانگین	میان	انحراف معیار	دامنه تغییرات	کمینه	بیشینه
ساختاری	۱۸۴	۳,۷۳۹	۵	۰,۹۲۳	۳,۵۰۰	۱,۵۰۰	۵,۰۰۰
ارتباطی	۱۸۴	۳,۷۶۴	۵	۰,۹۷۲	۳,۶۶۷	۱,۳۳۳	۵,۰۰۰
شناختی	۱۸۴	۳,۵۹۶	۵	۱,۰۵۵	۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵,۰۰۰
هدف‌های اجتماعی	۱۸۴	۳,۴۵۳	۵	۱,۱۵۸	۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵,۰۰۰
خودکارآمدی	۱۸۴	۳,۸۹۵	۴	۰,۸۴۹	۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵,۰۰۰
اسناد	۱۸۴	۴,۰۸۴	۵	۰,۷۳۱	۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵,۰۰۰
گردآوری دانش	۱۸۴	۳,۹۶۶	۵	۰,۸۹۸	۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵,۰۰۰
اهدای دانش	۱۸۴	۳,۹۲۹	۵	۰,۸۱۵	۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵,۰۰۰
سرمایه اجتماعی	۱۸۴	۳,۷۰۰	۵	۰,۹۳۳	۳,۴۴۴	۱,۵۵۶	۵,۰۰۰
شناخت اجتماعی	۱۸۴	۳,۸۱۱	۵	۰,۸۲۴	۳,۸۶۷	۱,۱۳۳	۵,۰۰۰
اشتراک‌گذاری دانش	۱۸۴	۳,۹۴۷	۵	۰,۸۱۲	۴,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵,۰۰۰

بر اساس یافته‌های جدول ۲ مشخص است که ۱۸۴ داده صحیح پیرامون متغیرهای پژوهش گردآوری شده است.

آزمون نرمال بودن داده‌ها

به منظور بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنف، چولگی و کشیدگی استفاده شد. نتایج این بخش در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. آزمون نرمال بودن داده‌ها

متغیرهای پژوهش	تعداد	چولگی	کشیدگی	آماره KS	مقدار معناداری
ساختاری	۱۸۴	-۰,۰۹۰	-۱,۱۱۱	۰,۱۲۶	۰,۰۶۳
ارتباطی	۱۸۴	-۰,۳۷۶	-۰,۷۶۷	۰,۱۳۴	۰,۰۵۷
شناختی	۱۸۴	-۰,۲۷۳	-۰,۶۹۰	۰,۱۲۶	۰,۰۷۰
هدف‌های اجتماعی	۱۸۴	-۰,۲۷۱	-۰,۹۱۰	۰,۱۲۷	۰,۱۲۱
خودکارآمدی	۱۸۴	-۰,۶۷۳	۰,۵۱۶	۰,۱۳۶	۰,۰۸۷
اسناد	۱۸۴	-۰,۸۲۶	۰,۹۴۲	۰,۱۳۹	۰,۰۹۱
گردآوری دانش	۱۸۴	-۰,۸۱۴	۰,۶۳۸	۰,۱۵۱	۰,۰۸۳
اهدای دانش	۱۸۴	-۰,۴۹۲	۰,۱۶۶	۰,۱۱۷	۰,۰۷۶
سرمایه اجتماعی	۱۸۴	-۰,۱۱۵	-۱,۰۱۹	۰,۱۰۸	۰,۱۰۲
شناخت اجتماعی	۱۸۴	-۰,۲۵۴	-۰,۳۸۲	۰,۰۹۸	۰,۱۸۳
اشتراک‌گذاری دانش	۱۸۴	-۰,۶۴۹	۰,۶۴۶	۰,۰۹۸	۰,۱۷۶



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه | ۱۶۶

دوره ۵، شماره ۱

پیاپی ۱۵

بر اساس نتایج جدول ۳، در تمامی موارد مقدار چولگی و کشیدگی در دامنه قابل قبول به دست آمده است. همچنین مقدار معناداری آماره کولموگروف-اسمیرنف در تمامی موارد بزرگ‌تر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین توزیع داده‌ها نرمال بوده و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

پایایی ابعاد پرسش‌نامه

در جدول ۴، ابعاد، نمادها، تعداد سؤالات و آلفای کرونباخ مربوط به هر بعد ارائه شده است.

جدول ۴. سازه‌ها و ابعاد پرسشنامه به همراه نمرات پایایی

سازه‌های اصلی	ابعاد	نماد	تعداد سؤالات	شماره سؤالات	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	ساختاری	SC1	۴	۱ تا ۴	۰/۹۴۵
	ارتباطی	SC2	۳	۵ تا ۷	
	شناختی	SC3	۳	۸ تا ۱۰	
شناخت اجتماعی	هدف‌های اجتماعی	SE1	۵	۱۱ تا ۱۵	۰/۸۸۴
	خودکارآمدی	SE2	۴	۱۶ تا ۱۹	
	اسناد	SE3	۶	۲۰ تا ۲۵	
اشتراک‌گذاری دانش	گردآوری دانش	KS1	۳	۲۶ تا ۲۸	۰/۹۱۹
	اهدای دانش	KS2	۳	۲۹ تا ۳۱	

با توجه به اطلاعات جدول ۴، آلفای کرونباخ در تمامی ابعاد پرسش‌نامه بالاتر از ۰/۰۷ می‌باشد. بنابراین پرسش‌نامه از پایایی لازم برخوردار است.

تحلیل عامل تأییدی

تحلیل عاملی تأییدی رابطه گویه‌ها (متغیرهای مشاهده پذیر) با عوامل (متغیرهای پنهان) را ارزیابی می‌کند. میزان رابطه به وسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از $0/3$ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می‌شود. بار عاملی بین $0/3$ تا $0/6$ قابل قبول است و اگر بزرگ‌تر از $0/6$ باشد خیلی مطلوب است. اطلاعات این بخش در جدول ۴ ارائه شده است.

بر اساس اطلاعات جدول ۵، بار عاملی به دست آمده در تمامی گویه‌های سرمایه اجتماعی مقداری بزرگ‌تر از $0/3$ است. همچنین آماره t بزرگ‌تر از $1/96$ می‌باشد که نشان می‌دهد همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است. شاخص χ^2 دو بهنجار $1/79$ و شاخص RMSEA نیز $0/039$ به دست آمده که نشان می‌دهد برازش مدل مطلوب است.

با توجه به اطلاعات جدول ۵، بار عاملی استاندارد گویه‌های پرسش‌نامه شناخت اجتماعی در تمامی موارد بزرگ‌تر از $0/3$ و آماره t نیز بزرگ‌تر از $1/96$ به دست آمده است. بنابراین ساختار عاملی پرسش‌نامه نقش اطلاعات قابل تأیید است. شاخص برازش RSMEA برابر $0/040$ به دست آمده است. مقدار χ^2 - دو بهنجار نیز $1/61$ است. بنابراین مدل ساختاری مشاهده شده از برازش مطلوبی برخوردار است.

همچنین اطلاعات جدول ۵ نشان می‌دهد که، بار عاملی استاندارد گویه‌های پرسش‌نامه اشتراک دانش در اغلب موارد (به جز گویه ۳۱) بزرگ‌تر از $0/3$ و آماره t بزرگ‌تر از $1/96$ می‌باشد. شاخص برازش RSMEA برابر $0/042$ به دست آمده است که حتی از مقدار سخت گیرانه $0/05$ نیز کوچک‌تر است. مقدار χ^2 - دو بهنجار (خی دو تقسیم بر درجه آزادی) نیز به یک نزدیک است. بنابراین مدل ساختاری مشاهده شده از برازش مطلوبی برخوردار است.



جدول ۵. تحلیل عامل تأییدی پرسشنامه

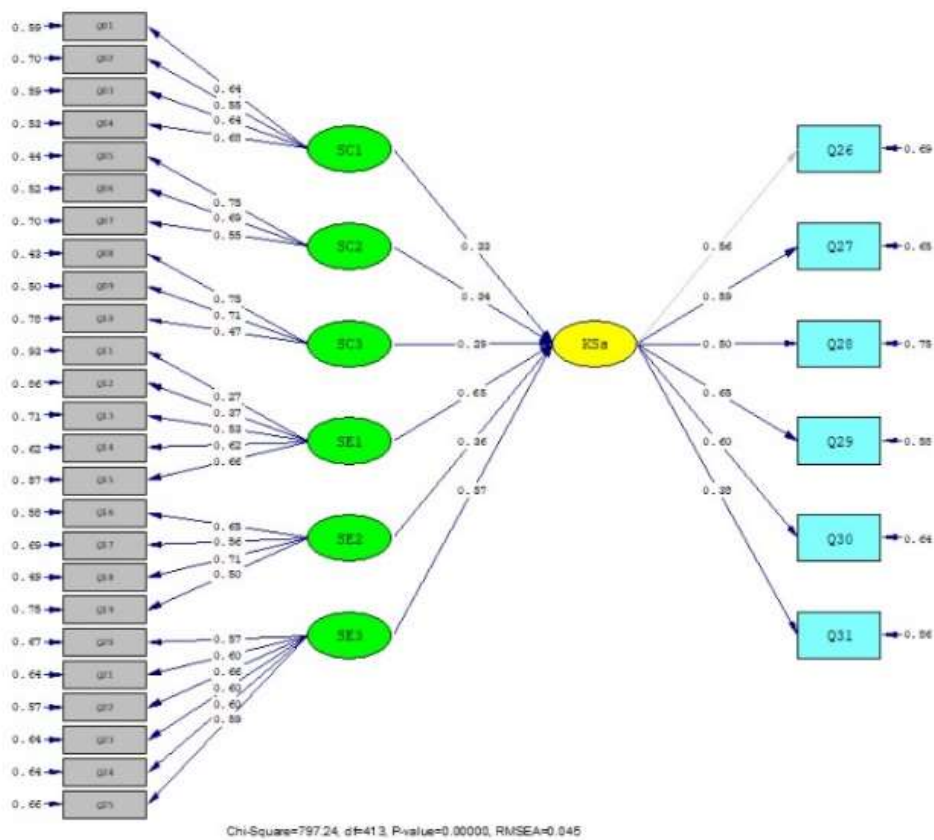
سرمایه اجتماعی															
بعد نما د	شناختی			ارتباطی			ساختاری								
	SC3			SC2			SC1								
گویه	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱					
آماره t	۱۲/۸۸	۱۷/۲۴	۱۴/۲۴	۱۲/۶۳	۱۴/۴۴	۱۴/۸۰	۱۴/۹۲	۱۵/۳۶	۱۶/۳۶	۱۴/۹۰					
بار عاملی	۰/۸۱	۰/۹۲	۰/۸۲	۰/۹۰	۰/۸۲	۰/۸۵	۰/۸۵	۰/۸۶	۰/۹۰	۰/۸۵					
ChiSquare=57.30, df=32, P-value=0.000, RMSEA= 0.039															
شناخت اجتماعی															
بعد نما د	اسناد					خودکارآمدی					هدف‌های اجتماعی				
	SE3					SE2					SE1				
گویه	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰	۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۶	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱
آماره t	۱۳/۵۱	۱۴/۲۰	۶/۷۷	۱۳/۲۰	۱۳/۶۲	۱۳/۶۴	۱۴/۷۵	۱۳/۸۰	۱۲/۷۲	۱۴/۲۴	۱۵/۱۰	۱۵/۷۱	۱۸/۲۵	۱۷/۹۱	۱۴/۹۹
بار عاملی	۰/۸۰	۰/۸۲	۰/۴۶	۰/۷۹	۰/۸۱	۰/۸۱	۰/۸۵	۰/۸۱	۰/۸۱	۰/۸۲	۰/۸۵	۰/۸۷	۰/۹۶	۰/۹۴	۰/۸۵
ChiSquare=140.33, df=87, P-value=0.000, RMSEA= 0.040															
اشتراک‌گذاری دانش															
بعد نما د	اهدای دانش						گردآوری دانش								
	KS2						KS1								
گویه	۳۱	۳۰	۲۹	۲۸	۲۷	۲۶	۲۸	۲۷	۲۶	۲۵	۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰
آماره t	۴/۶۶	۱۲/۲۷	۱۳/۸۷	۱۰/۲۷	۱۰/۰۲	۹/۶۷	۱۰/۲۷	۱۰/۰۲	۱۰/۰۲	۱۰/۰۲	۱۰/۰۲	۱۰/۰۲	۱۰/۰۲	۱۰/۰۲	۱۰/۰۲
بار عاملی	۰/۲۷	۰/۶۷	۰/۷۷	۰/۵۹	۰/۵۷	۰/۵۵	۰/۲۷	۰/۶۷	۰/۷۷	۰/۵۹	۰/۵۷	۰/۵۵	۰/۲۷	۰/۶۷	۰/۷۷
ChiSquare=11.64, df=8, P-value=0.000, RMSEA= 0.042															



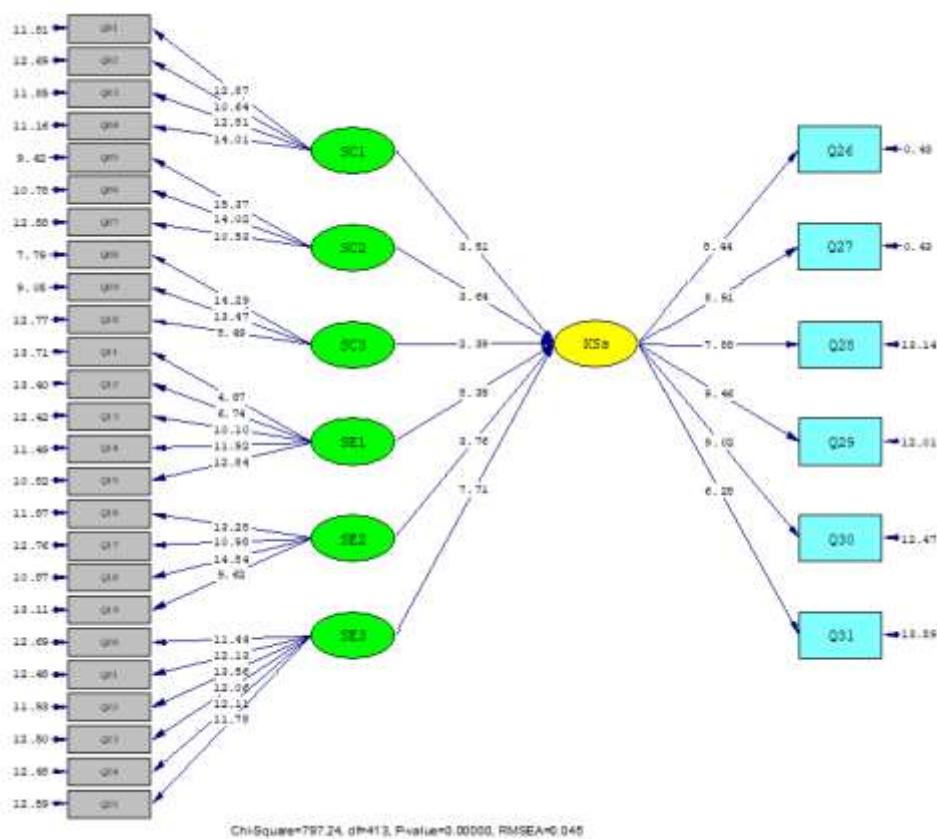
۵- بحث و نتیجه‌گیری

آزمون فرضیه‌های تحقیق

در این بخش جهت بررسی روابط میان متغیرها از مدل معادلات ساختاری در نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. مدل ساختاری پژوهش در دو حالت تخمین استاندارد و نمرات t در شکل‌های ۱ و ۲ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل ساختاری پژوهش (تخمین استاندارد)



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش (آماره t)



بر اساس اطلاعات حاصل از بررسی روابط میان متغیرهای پژوهش، میزان تأثیر بعد ساختاری بر اشتراک گذاری دانش مقدار ۰/۳۲ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز ۳/۳۱ است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ تر است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان ادعا کرد که بعد ساختاری بر اشتراک گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد. میزان تأثیر بعد ارتباطی بر اشتراک گذاری دانش مقدار ۰/۳۴ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز ۳/۶۴ است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ تر است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که بعد ارتباطی بر اشتراک گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد. میزان تأثیر بعد شناختی بر اشتراک گذاری دانش ۰/۲۹ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t در این مورد ۲/۳۹ است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ تر است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان ادعا کرد که، بعد شناختی بر اشتراک گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد. میزان تأثیر بعد هدف های اجتماعی بر اشتراک گذاری دانش مقدار ۰/۶۵ به دست آمده است. همچنین مقدار آماره t نیز ۱۸/۳۵ است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ تر است. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت، هدف های اجتماعی بر اشتراک گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد. میزان تأثیر بعد خودکارآمدی بر اشتراک گذاری دانش مقدار ۰/۳۶ است. مقدار آماره t در این مورد ۳/۷۶ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ تر است. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان ادعا نمود که، خودکارآمدی بر اشتراک گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد. میزان تأثیر بعد اسناد بر اشتراک گذاری دانش مقدار ۰/۵۷ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۷/۷۱ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ تر است. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان ادعا کرد که اسناد بر اشتراک گذاری دانش تأثیر مثبت و معناداری دارد.

آزمون برازندگی مدل

شاخص های برازندگی برای تعیین اعتبار مدل های طراحی شده استفاده می شوند. جدول ۶ شاخص های برازندگی مورد استفاده در این پژوهش را نشان می دهد.

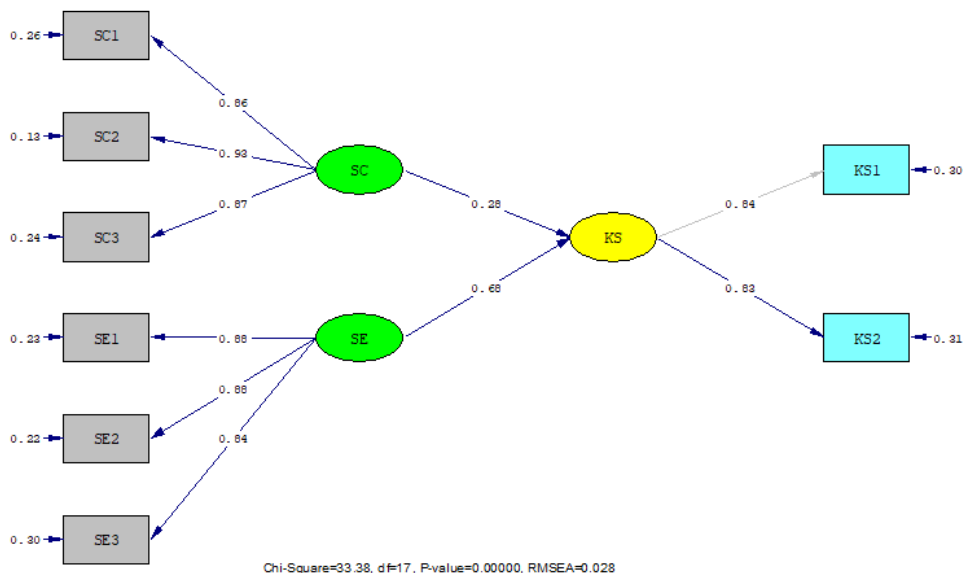
جدول ۶. خلاصه دامنه پذیرش و مقدار به دست آمده شاخص های برازندگی مدل

TLI	IFI	NNFI	NFI	AGIF	GIF	RMSEA	SRMR	$\frac{\chi^2}{df}$	شاخص
>۰/۹	۰-۱	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	<۰/۰۵	<۰/۰۵	۵-۱	دامنه پذیرش
۰/۹۶	۰/۸۶	۰/۹۸	۰/۹۴	۰/۹۴	۰/۹۲	۰/۰۴۶	۰/۰۴۵	۱/۹۲	مقدار محاسبه شده

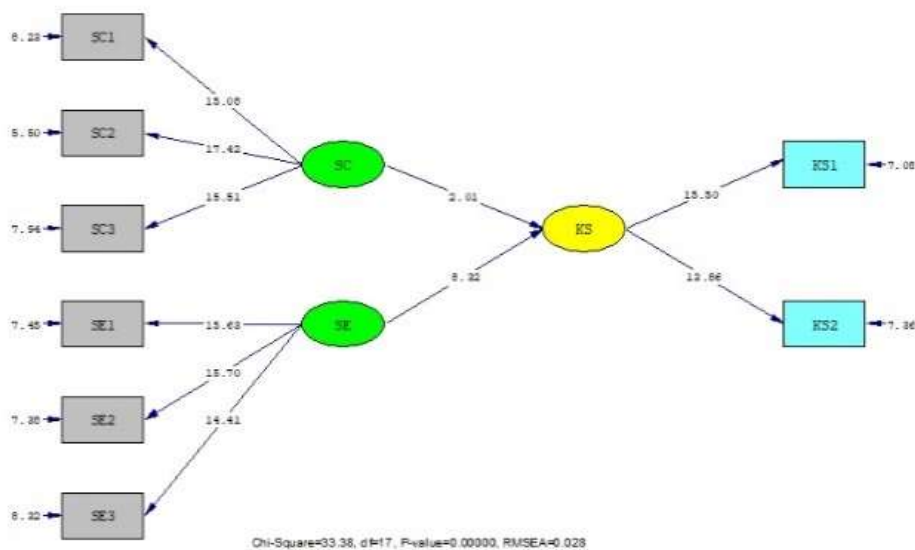
بر اساس اطلاعات جدول ۶، مقدار χ^2 - دو بهنجار ۱/۹۲ به دست آمده است که در بازه مورد قبول ۱ تا ۵ قرار دارد. شاخص برازش RSMEA و SRMR به ترتیب برابر ۰/۰۴۵ و ۰/۰۴۶ محاسبه گردید که از مقدار ۰/۰۵ کوچک تر است. شاخص TLI، NNFI، NFI، AGIF، GIF محاسبه گردید که از مقدار ۰/۰۵ کوچک تر است.

نیز از ۰/۹ بزرگ تر می باشند که در بازه مورد قبول قرار گرفته اند. بنابراین مدل ساختاری از برازش مطلوبی برخوردار است.

مدل کلی پژوهش



شکل ۳. مدل کلی پژوهش (تخمین استاندارد)



شکل ۴. مدل کلی پژوهش (آماره t)

ضریب تأثیر متغیر سرمایه اجتماعی بر تسهیم دانش ۰/۲۸ محاسبه شد. آماره t نیز ۲/۰۱ به دست آمده است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ تر است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اشتراک گذاری دانش در میان کارکنان موزه ملی ایران دارد. ضریب تأثیر متغیر سرمایه اجتماعی بر اشتراک گذاری دانش ۰/۶۸ به دست آمده است. آماره t نیز ۸/۳۲



محاسبه گردید که از مقدار بحرانی $1/96$ بزرگ‌تر است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر اشتراک‌گذاری دانش در میان کارکنان موزه ملی ایران دارد.

۶- منابع و مآخذ

مذبوحی، سعید؛ عصاره، علیرضا؛ و شیراسب، مهدیه. (۱۳۹۷). نقش سرمایه اجتماعی در اشتراک‌گذاری دانش در بین دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۰(۴۴)، ۲۰-۲۸.

<https://doi.org/10.22092/jaear.2017.109397.1353>

هرندی، عطاالله. (۱۳۹۳). تبیین نقش سرمایه اجتماعی و انتقال دانش در یادگیری سازمانی شرکت‌های دانش‌بنیان. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۴، ۱۶۱-۱۸۲.

<https://www.magiran.com/p1384818>

Abdelwahed, N. A. A., & Doghan, M. A. A. (2023). Developing employee productivity and performance through work engagement and organizational factors in an educational society. *Societies*, 13(3), 65. <https://doi.org/10.3390/soc13030065>

Abdurohman, N. R. (2024). Artificial intelligence in higher education: Opportunities and challenges. *Eurasian Science Review: An International Peer-Reviewed Multidisciplinary Journal*, 2(Special Issue), 1683–1695.

Ahmad, A., Achmad, G. N., & Adhimursandi, D. (2025). Mediating effect of creative self-efficacy in the relationship between knowledge sharing and perceived organizational support. *International Journal of Multidisciplinary Approach Research and Science*, 3(2), 635–651. <https://doi.org/10.59653/ijmars.v3i02.1661>

Almuqrin, A., & Mutambik, I. (2021). The explanatory power of social cognitive theory in determining knowledge sharing among Saudi faculty. *PLOS ONE*, 16(3), e0248275. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248275>

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.

Biranvand, A., Mohammadi Ostani, M., & Ghannatian, S. (2024). The effect of knowledge management systems and knowledge sharing on the performance and loyalty of librarians. *Sciences and Techniques of Information Management*, 10(1), 239–264.

Biranvand, A., Sahraian, K., Jafari, N., & Banaei, Z. (2025). The effect of emotional intelligence on knowledge sharing behavior in public libraries. *Library and Information Science Research*. <https://doi.org/10.22067/infosci.2025.89705.1220>

Eni, L. N., Saha, S., Hossain, M. A., & Rahaman, M. M. (2025). Investigating the linkage between knowledge sharing attitude, self-efficacy, and behavior in the Bangladeshi information technology sector: Knowledge sharing intention as a mediator. *Heliyon*, 11(1).

He, M., Yuan, Z., & She, W. (2024). Sharing or hiding? Exploring the influence of social cognition and emotion on employee knowledge behaviors within enterprise social media. *Behavioral Sciences*, 14(8), 653.

Heisig, P. (2024). Knowledge management. In *Handbook on information sciences* (pp. 229–255). Edward Elgar Publishing.

Helmy, I., Fitri, A. W., Parmin, Saputra, D. N., & Amelia, D. (2024). Friendship knowledge sharing, interpersonal justice and sustainability performance: Scale development and validation. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(1),



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه | ۱۷۲

دوره ۵، شماره ۱

پیاپی ۱۵

e3196. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i1.3196>

- Helmy, I., Parmin, P., Fitri, A. W., Supriyani, T., & Amalia, D. (2023). Linking social capital, knowledge sharing, and individual outcomes: Future research agenda. *Journal of International Conference Proceedings*, 6(4), 163–176. <https://doi.org/10.32535/jicp.v6i4.2651>
- Islam, T., & Chaudhary, A. (2024). Impact of workplace bullying on knowledge hiding: The mediating role of emotional exhaustion and moderating role of workplace friendship. *Kybernetes*, 53(1), 238–255.
- Khan, H. S. ud din, Li, P., Chughtai, M. S., Mushtaq, M. T., & Zeng, X. (2023). The role of knowledge sharing and creative self-efficacy on the self-leadership and innovative work behavior relationship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4), 100441. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100441>
- Koranteng, F. N. (2019). Factors that promote knowledge sharing on academic social networking sites: An empirical study. *Education and Information Technologies*, 24(2), 1211–1236. <https://doi.org/10.1007/s10639-018-9825-0>
- Lu, S., & Cai, Y. (2024). The effect of self-efficacy on knowledge-sharing behavior in virtual communities: The moderating role of online informational support. *Journal of Social Development and Management Strategy*, 26(2), 195–210.
- Ma, H., Xiao, B., Guo, H., Tang, S., & Singh, D. (2022). Modeling entrepreneurial team faultlines: Collectivism, knowledge hiding, and team stability. *Journal of Business Research*, 141, 726–736.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Peng, M. Y.-P. (2024). Breaking down barriers: Exploring the impact of social capital on knowledge sharing and transfer in the workplace. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03384-9>
- Perry, D. G., Perry, L. C., & Rasmussen, P. (1986). Cognitive social learning mediators of aggression. *Child Development*, 57(3), 700–711. <https://doi.org/10.2307/1130347>
- Peterson, C., Semmel, A., von Baeyer, C., Abramson, L. Y., Metalsky, G. I., & Seligman, M. E. P. (1982). The attributional style questionnaire. *Cognitive Therapy and Research*, 6(3), 287–299. <https://doi.org/10.1007/BF01173577>
- Ryan, A., & Hopkins, N. (2003). Achievement goals in the social domain. University of Illinois at Urbana-Champaign. (Unpublished manuscript).
- Steinmo, M., & Rasmussen, E. (2018). The interplay of cognitive and relational social capital dimensions in university–industry collaboration: Overcoming the experience barrier. *Research Policy*, 47(10), 1964–1974. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.07.004>
- Sun, Y., Hong, J.-C., & Ye, J.-H. (2022). The effects of employees' perceived intrinsic motivation on knowledge sharing and creative self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.762994>
- Van den Hooff, B., & De Ridder, J. A. (2004). Knowledge sharing in context: The influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117–130.
- Wang, N., Wang, L., Ma, Z., & Wang, S. (2022). From knowledge seeking to knowledge contribution: A social capital perspective on knowledge sharing behaviors in online Q&A communities. *Technological Forecasting and Social Change*, 182, 121864. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121864>



- Zaremohzzabieh, Z., & Mohd Rasdi, R. (2025). Revisiting the determinants of knowledge-sharing behavior in organizations: A meta-analytic structural equation model application. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 74(1-2), 1-22.
- Zhang, Y., Xiong, P., Zhou, W., Sun, L., & Cheng, E. T. (2023). Exploring the longitudinal effects of emotional intelligence and cultural intelligence on knowledge management processes. *Asia Pacific Journal of Management*, 40(4), 1555-1578.
- Zhao, S., Jiang, Y., Peng, X., & Hong, J. (2021). Knowledge sharing direction and innovation performance in organizations: Do absorptive capacity and individual creativity matter? *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 371-394. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2019-0244>



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه | ۱۷۴

دوره ۵، شماره ۱

پیاپی ۱۵