● مجلهٔ دانشگاه علوم پزشکی بابل، سال ششم، شمارهٔ ٤ (پی‌درپی ٢٤)، صفحه ٥٤ الی ٦٢، پاییز ١٣٨٣
دریافت: ٨٣/٥/١٢، پذیرش: ٨٣/٥/٢١

مقاله مروری

انتشار؛ فعالیت کلیدی در مدیریت دانش

دکتر سعید آصف زاده [1*]، زکیه پیری [2]

١- دانشیار گروه بهداشت و پزشکی اجتماعی دانشگاه علوم پزشکی قزوین٢- دانشجوی دکتری مدیریت اطلاعات بهداشتی و درمانی

سابقه و هدف: امروزه کشورها بر اساس توانایی آنها در تولید و کاربرد دانش طبقه بندی می شوند. مدیریت دانش به یک موضوع مهم و حیاتی در سازمان ها تبدیل شده است و انتشار و اشاعه دانش یکی از فعالیت های مهم در مدیریت دانش می باشد. هدف از این پژوهش، مطالعه مبانی نظری و تئوری های مهم در زمینه اشاعه دانش، انتشار اطلاعات و ویژگی های انتشار مؤثر جهت استفاده از دستاوردهای دانش بوده است.

روش پـژوهش: ایـن مطالعـه مـروری مـنظم (سیسـتاماتیک) با استفاده ازمنابع کتابخانه ای دانشکده مدیریت و اطلاع رسـانی پزشـکی و کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی ایران و جستجوی اینترنتی با استفاده از موتورجستجوهای Google، Mamma و سایت **های** Science@Direct، Pubmed در محدوده زمانی ٢٠٠٣-١٩٩٠ و سایت مرکز ملی انتشار تحقیقات مربوط به معلولیت **(**NCDDR**)** انجام گرفت.

فعالیـت هـای مربوط به درک مفهوم کاربردی دانش و تمرکز بر انتشار اطلاعات به عنوان موج سوم از سال ١٩٨٠ به بعـد مطـرح شـده است. تحقیقات زیادی که در زمینه انتشار انجام گرفته است، دو جهت گیری عمده داشته اند: آنهایی کـه در جسـتجوی مناسب ترین راه ها برای انتشار اطلاعات بوده اند و آنهایی که به موضوع انتشار از زاویه کاربرد اطلاعات توسط کاربران مورد نظر نگریسته اند. پنج عنصر عمده که در انتشار موثر هستند، عبارتند از: منبع انتشار، محـتوای پـیام، رسانه انتشار، زمینه انتشار و کاربرد مورد نظر و انتشار موثر نیازمند تعامل مناسب بین این عناصر مـی باشـد. پدیـده انتشـار یـک فرایـند خطی نبوده بلکه ارتباط نزدیک و همکاری متقابلی بین سه عامل (تولید، رسانه و کاربرد) وجود دارد. چهار نوع دانش به روش های متفاوتی از انتشار نیاز دارند.

نتیجه گیری: هر سازمانی که به مزیت های رقابتی در دنیای امروز می اندیشد، بخصوص سازمان هایی که در زمینه پژوهش فعالیت دارند لازم است برای کاربردی کردن دانش تولید شده، برنامه ریزی مناسبی را برای انتشار دانش با در نظر گرفتن ویژگی های انتشار موثر و با مشارکت کاربران تهیه و اجرا نماید.

واژه های کلیدی: *انتشار دانش، مدیریت دانش، اطلاعات.*

مقدمه

امروزه کشورها بر اساس توانایی آنها در تولید و کاربرد دانش طبقه بندی می شوند(١). جوامع علمی و تجاری هر دو بر این باورند که سازمان های دارای قدرت دانش می توانند برتری های بلند مدت خود را در عرصه های رقابتی حفظ کنند و به همین دلیل در سالهای اخیر، مدیریت دانش به یک موضوع مهم و حیاتی در سازمانها تبدیل شده است(٢).Bhatt (2001) مدیریت دانش را به فعالیت هایی در زمینه ایجاد دانش، اعتبارگذاری دانش، ارائه، اشاعه و فعالیت های بهره گیری از دانش تقسیم می کند و معتقد است به منظور استفاده از دانش باید در فعالیت های مربوط به دانش موازنه ایجاد کرد(٢). Backer (1991) در فعالیت های مربوط به درک مفهوم کاربردی دانش و پیشرفت در آن، تمرکز بر اشاعه دانش و انتشار اطلاعات را به عنوان موج سوم مطرح می کند. موج اول (١٩٦٠-١٩٢٠)

[DOR: 20.1001.1.15614107.1383.6.4.10.6]

گسترش و فزونی انتشارات علمی، موج دوم (۱۹۸۰-۱۹۶۰) که در این دوره مطالعات زیادی در باره انتشار و کاربرد دانش با حمایت دولت انجام گرفت و بالاخره موج سوم (از سال ۱۹۸۰ به بعد) بر انتشار و کاربرد اطلاعات تاکید دارد (۳). با توجه به اهمیت موضوع انتشار، مقاله حاضر ضمن ارائه تعاریفی در مورد دانش و انتشار، به بررسی نظریه های موجود در این زمینه پر داخته و عناصر انتشار و ویژگی های انتشار مؤثر را مورد بحث قرار می دهد.

روش پژوهش

در این مطالعه مروری منظم (سیستماتیک) به منظور دستیابی به تحقیقات انجام شده در زمینه انتشار دانش، جستجوی وسیعی در منابع کتابخانه ای دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی و کتابخانه مرکزی دانشگاه علوم پزشکی ایران صورت گرفت. جستجوی اینترنتی نیز با استفاده از موتورجستجوهای Google، Mamma و سایت های cience@Direct، Pubmed و سایت مرکز ملی انتشار تحقیقات مربوط به معلولیت [1] NCDDR که یکی از سازمان های فعال در زمینه انتشار دانش می باشد، انجام گرفت. مطالب به دست آمده در قالب عناوین تعریف دانش، انواع دانش، تعاریف و نظریه های انتشار، عناصر انتشار (منبع، محتوا، رسانه، کاربر)، ویژگی های انتشار موثرو انواع انتشار سازماندهی گردید.

یافته ها

مطالعات زیادی در زمینه انتشار که یکی از فعالیت های مهم و کلیدی در مدیریت دانش می باشد، انجام گرفته است که تحت عناوین تعریف دانش، انواع دانش، تعاریف و نظریه های انتشار، عناصر انتشار (منبع، محتوا، راسانه، کاربر)، ویژگی های انتشار موثرو انواع انتشار ارائه می گردد.

تعریف دانش

دانش ترکیب سازمان یافته ای از داده هاست که از طریق قوانین، فرایندها و عملکردها حاصل شده است(۲). Marakas (۱۹۹۹) دانش را معنا یا مفهومی می داند که از فکر پدید آمده است و بدون آن اطلاعات یا داده تلقی می شود (۴) و تنها از طریق این مفهوم است که اطلاعات حیات یافته و به دانش تبدیل می شود (۲). اطلاعات به دانش تبدیل نمی شود، مگر این که به کار گرفته شود، به عبارت دیگر با کاربرد اطلاعات است که دانش به معنای واقعی حاصل می شود(۱).

دانش و اطلاعات اغلب به صورت مترادف به کار می روند، اما بین این دو تفاوت وجود دارد. دانش معمولا متضمن یک حامل است، در حالی که اطلاعات به صورت مستقل و خود کفا می باشد. جدا کردن دانش دشوارتر از اطلاعات می باشد، لذا بسته بندی و انتقال آن دشوار است، دانش بیشتر نیاز به یکسان سازی دارد، دانش چیزی است که ما بیش از آن که دارنده آن باشیم، آن را هضم می کنیم. اهمیت مردم به عنوان تولید کننده و حامل دانش، باعث می شود سازمان ها دریابند که دانش، بیشتر به مردم حامل آن تکیه دارد تا پایگاه اطلاعاتی (۵). اگرداشتن اطلاعات متضمن کاربرد آن نمی باشد، پس چالش مهم، یافتن موثرترین ابزار ها برای تسهیل کاربرد آن خواهد بود. گرفتن اطلاعات نشان دهنده این نیست که کاملا درک شده، مهم تلقی شده و بر تصمیمات و یا رفتار فرد تاثیر گذاشته است(۱).

انواع دانش

Torjman و همکاران (۲۰۰۱) به نقل از Lundvall and Johnson(2001) تفاوت های ظریفی بین چهار نوع دانش قائل هستند:

Know-what که مربوط به اطلاعات پایه و واقعی است. این اطلاعات مساوی دانش گرفته می شود و پدیده را توصیف می کند.

Know-why مربوط به اصول و قوانین تغییر و حرکت در طبیعت، ذهن انسان و جامعه می باشد. روابط بین پدیده ها را بیان می کند.

Know-how مربوط به مهارت های مورد نیازیا توانایی برای انجام فعالیت خاص می باشد و از طریق فرایند آموزش و سرپرستی فنون و شبکه های اجتماعی منتقل می شود.

Know-who مربوط به اطلاعاتی است در باره این که چه کسی چه چیزی را می داند، چه کسی می داند که چه کاری باید

[1] - National Center for the Dissemination of Disability Research

[DOR: 20.1001.1.15614107.1383.6.4.10.6]

انجام شود و کار چگونه انجام شود. همچنین شامل توانایی های اجتماعی در همکاری و ارتباط با گروه های مختلف مردم و متخصصین می شود(۱).

انتشار

تعاریف و نظریه ها

نکته کلیدی که در تبدیل اطلاعات به دانش و به عبارت بهتر کاربردی شدن اطلاعات وجود دارد، مسئله انتشار است. در تعاریف اولیه، انتشار را در یک ساختار یک طرفه در نظر گرفته اند که ابتدا دانشی تولید می شود، سپس رسانه یا ناقلی آن را از منبع تولید به گیرندگان می رساند و در نهایت دانش مورد استفاده قرار می گیرد (۶). ایرادی که بر این نظریه وارد است، جدا در نظر گرفتن هر عامل و مشخص تلقی شدن هر مرحله از مراحل هفتگانه از تولید تا به کار گیری دانش (تولید، اعتبارگذاری، تدوین، انتشار، تطابق، اجرا، نهادینه سازی) می باشد. با این دیدگاه پدیده انتشار نیز به صورت فرایند خطی در نظر گرفته می شود که در آن اطلاعات بسته بندی شده ازیک مکان به مکان دیگری منتقل می گردد. اما انتقال دانش تعاملی است نه خطی، و ارتباط نزدیک و همکارای تنگاتنگ بین سه گره (تولید، رسانه و کاربرد) وجود دارد. مثلا اگر دانش پزشکی و جراحی را در نظر بگیریم، دانش در مورد یک نوع عمل جراحی چیزی نیست که وقتی تولید شد وپس از طی مراحل هفتگانه از طریق کتب مربوطه به یک جراح رسید، توسط وی به همان صورت مورد استفاده قرار گیرد، در نتیجه انتشار دانش Know-how کاملا به تماس شخصی تکیه دارد (۶). Westbrook and Boethel (1997) نیز انتشار را فرایندی پیچیده، غیرخطی [دو طرفه] و تعاملی می دانند که به باورها، ارزش ها، شرایط و نیازهای کاربران مورد نظر بستگی دارد. فرایندی که نیازمند جورشدن دقیق تولید محصول یا دانش، بستر ایجاد دانش، مخاطبین مورد نظر و نیز محتوا، رسانه، قالب و زبانی که به کار می رود تا نتایج را در دست ها و در حافظه مخاطبین مورد نظر قرار دهد، می باشد(۷). بر اساس تئوری ساختارگرا که در یادگیری مطرح می باشد، دانش یک شی ایستا، بی روح و فاقد جنبش نیست که ارسال شود و یا دریافت گردد، بلکه یک مجموعه سیال از ادراکات است که توسط هر دو گروه یعنی کسانی که آن را ایجاد می کنند و نیز آنهایی که آن را به کار می برند، شکل داده می شود و این نظریه کاربر را به عنوان عامل فعال حل مسئله و کسی که دانش خود را می سازد در نظر می گیرد نه یک دریافت کننده منفعل اطلاعات و مهارت ها(۸). در مدل مشارکتی، اولویت بندی مسائل و فرایند تولید و بهره برداری از دانش با ایجاد مشارکت بین همه ذینفع ها در تحقیق انجام می شود و فرایند انتشار به منظور بهره برداری آسان و ممکن می گردد(۱۰و۹).

در متون مربوط به انتشار دو جریان عمده وجود دارد: آنهایی که در جستجوی مناسب ترین راه ها برای انتشار اطلاعات هستند و آنهایی که بر کاربرد اطلاعات توسط کاربران مورد نظر تاکید می ورزند. (البته نویسندگان بین انتشار و انتشار موثر نیز تفاوت قائل شده اند و تاکید می کنند که یک اقدام ساده برای انتشار اطلاعات به معنی موثر بودن آن نیست). در جریان فکری اول، ابعاد انتشار به پیام و پیام دهنده و روش انتشار مربوط می شود و جریان فکری دوم بر این متمرکز است که چگونه کاربران می توانند فعالانه مشارکت کنند تا اطلاعات را برای زمینه های کاری مورد علاقه خود به کار گیرند. در حالی که جریان اول ابتدائاً به راه های مناسب توزیع اطلاعات علاقمند است، گروه دوم با کاربرد توسط کاربران مورد نظر سر و کار دارد. از آنجایی که هر دو جریان فکری پیوند درونی با هم دارند، لذا درک نقطه نظرهای هر دو ضروری است.

Backer (۱۹۸۸) در مورد ضرورت تبدیل و تغییرپیام بحث می کند که برای قابل درک شدن برای کاربران لازم است. سادگی، شفاف بودن و تکراری بودن پیام ، رعایت اختصار از مواردی است که در تغییر پیام باید مورد نظر قرار گیرد. در حیطه اطلاعات علمی، وقتی که مطلب علمی قیاسی باشد، مطلب توسط خوانندگان بهتر درک می شود(۱۱). Westbrooو Boethal (۱۹۹۷) معتقدند که استراتژی های انتشار موثر، بر محور نیازهای کاربران و مطابقت انواع و سطوح اطلاعات با قالب و زبان کاربرا ن متمرکز است (۷).

عناصر انتشار و نظریه ها

مرکز ملی انتشار پژوهش های مربوط به معلولیت، چهار عنصر عمده را در انتشار موثر به این ترتیب بر می شمارد(۱۲):

کاربر یا استفاده کننده مورد نظر اطلاعات یا فرآورده ای که قرار است انتشار یابد.

[DOR: 20.1001.1.15614107.1383.6.4.10.6]

منبع انتشار که عامل، سازمان یا فردی است که مسئول تولید اطلاعات یا محصول و یا مسئول هدایت فعالیت های انتشار است.

محتوا یا پیامی که منتشر می شود، یعنی دانش و فرآورده جدید و هر گونه اطلاعات یا مواد پشتیبانی کننده

رسانه انتشار که عبارت است از روش هایی که دانش یا فرآورده توصیف شده، بسته بندی و انتقال می یابد.

این مرکز در مطالعات بعدی خود زمینه و بستری را که دانش یا فرآورده توسعه یافته و منتشر می شود ، به عوامل چهارگانه فوق اضافه نموده و پنج مورد اخیر را واحدهای units انتشار می نامد (۱۳). در این جا نظر به خلاصه ای از نظرات نویسندگان در زمینه عوامل چهارگانه اشاره می گردد:

۱- منبع

بعضی از مطالعات مربوط به کاربرد صراحتاً بر اعتبار متمرکز شده اند:

Marquart, O'Keefe & Gunther(1995) دو بعد اعتباررا شناسایی کرده اند: تخصص (به نظر مخاطبین یک گوینده در مورد موضوع تا چه حد صلاحیت دارد) و موثق بودن (میزان صداقت و صمیمیت گوینده در باره موضوع از دید مخاطب (۱۴).

Fullan(1985), Carrilli(1984), Lumbley & Westbrook(1990), Robinault, Weisinger &Folsom (1980) معتقدند: استفاده کنندگان تمایل دارند که اطلاعات، ایده ها و راهنمایی را از منابعی بپذیرند که آن ها را می شناسند و به آن اعتماد دارند(۱۵)، (۱۶)، (۱۷)،(۱۸). Hutchinson & Huberman(1993) معتقدند: ماهیت مطلبی که منتشر می شود، کمتر از منبع اطلاعات اهمیت دارد، به عبارت دیگر از دیدگاه استفاده کنندگان، منبع انتشار مهم تر از محتوای اطلاعات است(۸).

Hamilton (1996) نیز سه بعد را برای اعتبار منبع بر می شمارد:

صلاحیت: منبع پیام تا چه حد قابل اعتماد، مطلع، با صلاحیت (به معنای تحصیلات یا حرفه ای بودن)،باهوش یابا تجربه می باشد.

موثق بودن: منبع پیام برای دریافت کننده پیام تا چه حد صادق، صمیمی، دوستانه، مطبوع و جذاب است.

صریح بودن: منبع پیام تا چه حد قوی، جسور، با انرژی و چالشگر است (۱۹).

Glaser, Abelson and Garrison (1983) اعتبار منبع را فقط یکی از عوامل موثر در انتشار و کاربرد موفق اطلاعات می داند. سایر عوامل را چنین بر می شمارد:

مرتبط بودن (مناسب بودن نو آوری بخصوص برای تطابق با مشکل یا مسئله مورد نظر)

مزایای آن (گزینه مورد منظر در بین سایر گزینه ها بهترین باشد.)

سهولت درک و سازگاری (با ارزش ها، هنجارها و روش های تثبیت شده متناسب باشد)(۲۰).

۳- محتوای پیام

West & Rhoton(1992) از تحقیق خود در باره سیستم مدارس تنسی به این نتیجه رسیدند که مدیران اجرایی درک نتایج تحقیقات را غالبا مشکل و گیج کننده توصیف می کنند. آنها اشاره می کنند که گزارشات معمولا خیلی فنی هستند و اگر به صورت واضح تر ارائه شوند، بیشتر قابل استفاده هستند(۲۱). Backer(1988) در باره نیاز به تغییر دادن مناسب پیام جهت ارائه به استفاده کنندگان بحث می کند و توصیه می کند که پژوهشگران پیام های خود را به صورت ساده و واضح ارائه نمایند(۱۱). Felker(1984) نتیجه گرفته است که ترجمان تحقیق ضروری است(۲۲). Newman &Wash(1994) نیز بیان می کنند که لازم است بسیاری از پژوهشگران مطالب خود را دوباره نویسی کنند تا نیاز استفاده کنندگان را تامین نمایند(۲۳).

Hamilton(1996) به نقل از Klare در مورد ساختار پیام چنین نقل می کند:

برای آن که مفهوم پیام قابل خواندن باشد، کلمات و جملات باید ویژگی های زیر را داشته باشند:

۱- کلماتی که بیشتر به کار گرفته شده و برای خواننده آشناتر به نظر می رسد، مطالب را خواندنی تر می کند.

۲- کلمات کوتاه تر، خواندن را آسانتر و سریعتر می کند.

۳- کلماتی که دارای ارزش وابسته هستند (از نظر روانی) کلمات دیگری را در ذهن متبادر می کنند که باید در مطالب بعدی مطرح شود.

۴- کلمات گویا در مقابل کلمات انتزاعی اثر بیشتری دارند.

[DOR: 20.1001.1.15614107.1383.6.4.10.6]

۵- افعال متعدی بیش از به کار بردن اسم مصدر موجب خواندنی تر شدن مطلب می شود.

۶- به کارگیری ضمیری که ما را به کلماتی که قبلا به کار برده شده ارجاع می دهد، باید خیلی محدود باشد.

۷- جملات باید کوتاه باشد. اگر نویسنده می خواهد از حروف ربطی استفاده کند، باید به جای اما، زیرا که ، برای، از ؛و؛ استفاده کند.

۸- جملات شرطی و قیدی باید کوتاه بوده و ساختاری ساده داشته باشد.

۹- ساختار مثبت از ساختار منفی خواندنی تر است.

۱۰- جملات خبری بهتر از جملات سوالی است (۱۹و۲۴).

۳- رسانه

Crandall (1989) بر اساس مطالعات انتشار که با پشتوانه دولت فدرال در دهه های ۷۰ و ۸۰ انجام گرفت، اظهار داشت:

تماس رو در رو، پذیرش فعالیت های مربوط به انتشار را بسیار بیشتر از فراهم نمودن صرف اطلاعات تسهیل می کند (۸).

David (1991)در مطالعه ای که در مورد استفاده از دانش انجام داد و سه روش برای افزایش پذیرش یک کارگاه آموزشی را مورد مقایسه قرار داد، نتیجه گرفت: روشی که تماس های انسانی را به کار می گیرد (کنفرانس ها، دیدارها،...) به طور قابل ملاحظه ای نسبت به منابع چاپی پذیرش بالایی را ایجاد نموده است (۲۶).

۴- کاربر

Marquart, O'Keefe & Gunther(1995) دو عامل را شناسایی کرده اند که با اثر مجاب کننده معتبر بودن منبع مرتبط است: درک دریافت کننده پیام از مشابه بودن نگرش خودشان با منبع اطلاعات و میزان مشارکت دریافت کنندگان پیام در موضوعی که مورد تبادل قرار می گیرد (۱۴). Furman(1994) معتقد است: پژوهشگران و استفاده کنندگان در زمان های متفاوت فعالیت می کنند، از زبان های متفاوت استفاده می کنند و به سیستم های تشویقی متفاوتی پاسخ می گویند(۲۴).

Leung(1992) از مطالعه ای صحبت می کند که نتیجه گرفته است، عدم اعتماد یا حتی مخالفت بین پژوهشگران و کسانی که از پژوهش استفاده می کنند، وجود دارد(۲۸). وی وقتی از دیدگاه دو قطبی صحبت می کند، به تفاوت های زبانی اشاره می کند که اغلب ارتباط بین پژوهشگر و استفاده کننده را با مشکل مواجه می سازدو یکی از علل نگرش منفی در باره پژوهشگران و عدم استفاده از نتایج تحقیق به شمار می رود. Indyk & Rier (1993) مدل دوقطبی را ساختگی و ناصحیح می دانند. کارهای مربوط به AIDS نشان داد، افراد محقق می توانند در آن واحد به عنوان منتشر کننده دانش و نیز استفاده کننده از دانش عمل کنند و بیشتر دانشی که این افراد تولید می کنند، توسط خود آنها استفاده می شود.

در راستای مسائل مربوط به دانش ایدز، وی از یک تبادل سه راهی صحبت می کند که در آن پژوهشگران، تصمیم گیرندگان و دریافت کنندگان برنامه یا موضوعات پژوهش می توانند هم به عنوان تولید کننده دانش و هم استفاده کننده دانش عمل کنند(۲۹).

Davis and Howden-Chapman(1996) اشاره می کنند: وقتی که در باره اطلاعات و بهترین روش لازم برای انتشار آن فکر می کنیم، مدل های متعدد تاثیر وجود دارد: آنها نتیجه می گیرند وقتی که پژوهش گران، مدیران و تصمیم گیرندگان را در فرایند تحقیق مشارکت می دهند و زمانی که آنها مسئولیت دیدن کار خود را در تنظیم سیاست ها به عهده می گیرند، درک وسیعتری از نتایج وجود دارد. جهت موثر بودن، تحقیق بایستی بهنگام، مربوط به منطقه، با پشتوانه خوب بوده و با تشریک مساعی انجام گیرد(۳۰).

ویژگی های انتشار مؤثر

انتشار موثر، روش های گوناگون را به کار می گیرد، از قبیل اطلاعات مکتوب، رسانه های الکترونیکی و تماس های چهره به چهره (۱۷). انتشار موثر در عین حال که منابع مورد نیاز را ایجاد می کند، منابع موجود ، ارتباطات و شبکه های موجود را تا حد امکان به کار می گیرد. یک مکانیسم کنترل کیفی ایجاد می کند تا اطلاعاتی که مورد استفاده قرار می گیرد، دقیق، مرتبط و پاسخگوی نیازها باشد. انتشار موثر اطلاعات کافی را در اختیار کاربران قرار می دهد تا اصول اساسی مورد نیاز برای اقدام خاص را درک کرده و استفاده بهره ور داشته باشند. متون همچنین اذعان دارند که قالب های مختلفی برای انتشار اطلاعات وجود دارند و با پیشرفت های فن آوری به سرعت در حال افزایش هستند. فضای ارتباطات به طور قابل ملاحظه ای تغییر کرده و ابزارهای انتشار توسعه زیادی پیدا

[DOR: 20.1001.1.15614107.1383.6.4.10.6]

کرده اند، اما افزایش ارتباطات الکترونیکی سوالات جدیدی را مطرح نموده است، که با مقوله های عدالت، دسترسی و اثربخشی مرتبط می باشند. بسیاری از مخاطبین فاقد ابزارهای لازم برای دسترسی به اطلاعات هستند و نویسندگان سعی می کنند هنگام پرداختن به توان دسترسی و استفاده از اطلاعات به پیامدهای منفی ناشی از پدیده digital devide یا مرز دیجیتالی نیز بپردازند (۱۹).

Dentler(1984) معتقد است: ساختارهای سازمانی و سیستم های پاداش نقش مهمی در اثر بخش بودن انتشار دارد:

در بحث مربوط به نتایج یک مطالعه در باره فعالیت های انتشار بین آزمایشگاه های آموزشی منطقه، به عوامل سازمانی متعددی در بهبود اثربخشی انتشار تولیدات آزمایشگاه اشاره می کند:

۱- زمانی که هیات مسئول آزمایشگاه برای مقوله انتشار دانش یک جایگاه محکم و مشخص در رسالت آزمایشگاه نظر میگیرد،

۲- زمانی که ارزش اطلاعات ارائه شده، کمک تخصصی و رشد و توسعه کارکنان در فرهنگ آزمایشگاه نهادینه میشود،

۳- زمانی که کارکنان ارزش ها را می شناسند و متخصصین انتشار دانش جدا عمل نمی کنند و با کاربرد تحقیق سر و کاردارند،

۴- و زمانی که مسئولیت تاثیر گذاشتن و پاداش برای حصول نتیجه بخشی از منشور عملیاتی آزمایشگاه می شود، آزمایشگاه انتشار اثربخشی دارد(۳۱).

بعضی از مطالعات بر انواع اطلاعات متمرکز شده اند و برای موثر واقع شدن فعالیت های مربوط به انتشار و با توجه به ضرورت تغییر در رفتار بر انواع اطلاعات تاکید می کنند. Kennedy (1989) نتیجه می گیرد که مهمترین کمک به تغییر در رفتار آنهایی هستند که استفاده کننده دانش را از آگاهی به درک و تعهد سوق می دهند. نویسنده معتقد است که اکثر اطلاعات منتشر شده به وسیله ناشرین آموزشی، نمی تواند چنین تغییری را ایجاد کند.در مقابل چنین فرض می کنند که استفاده کنندگان فقط در مرحله انتخاب گزینه خاص به دانش نیاز دارند. دانشی که مردم را به تعهد سوق می دهد، دانشی است در باره ایده ها و اصول اساسی. در حالی که دانشی که به مردم در انتخاب کمک می کند، در باره فن آوری و استراتژی هاست وی ادامه می دهد که برای تصمیم گیری، ما به انواع دانش اساسی بیشتر از انتخاب استراتژی ها و فن آوری نیاز داریم ، وی زمان درگیری را نیز مهم می داند و حرکت خیلی سریع از ایده ها به تکنیک ها را مورد انتقاد قرار می دهد(۳۲).

مرکز کشوری انتشار پژوهش های مربوط به معلولیت برای تسهیل فرایند انتشار پیشنهاداتی را در ارتباط با عناصر چهارگانه مطرح می کند:

در ارتباط با منبع انتشار:

- مخاطبین مورد نظر را محدود نگه دارید.
- واسطه هایی را به کار بگیرید که قبلا با مخاطبین ارتباط برقرار کرده اند.
- به مفروضات و تورش های خودتان توجه کنید.

در ارتباط با محتوای پیام

- بر دنیای واقعی متمرکز شوید، یعنی پیام حاوی واقعیت ها باشد
- در باره انواع اطلاعاتی که منتشر می کنید، نگران باشید
- به زبان مخاطب خود سخن بگویید

در ارتباط با رسانه

- رسانه را متناسب با کاربر انتخاب کنید
- اولویت تماس چهره به به چهره را به خاطر داشته باشید
- از رسانه های متعدد استفاده کنید

در ارتباط با کاربر

- از علائق و زمینه کاری کاربر مطلع شوید
- به آمادگی کاربر برای تغییر توجه نمایید (۳۰).

در همین راستا، به منظور ساده سازی ساختارهای دانش و بر اساس نیازسنجی، روان شناسی انجام پژوهش های کاربردی به منظور توانمندسازی کارکنان بخش بهداشت و درمان کشور ایران در پژوهش در سیستم های بهداشتی درمانی تدوین و برنامه های کارگاهی اجرا می شود که نتایج آن نشان داده است که پژوهشهای مبتنی بر حل مساله در سیستم بهداشت درمان کشور اجرا می شود (۳۳و۳۴).

انواع انتشار

چهار نوع دانشی که قبلا اشاره گردید، با اهداف مختلف مرتبط هستند و ممکن است به روش های متفاوتی از انتشار نیاز

[DOR: 20.1001.1.15614107.1383.6.4.10.6]

داشته باشند و با توجه به چهار نوع اطلاعات که اشاره گردید، Klein, S.S, & Gwaltney, M.N. (1991) چهار نوع انتشار را مشخص نموده اند:

- پخش (Spread) عبارت است از نشر یا توزیع اطلاعات از یک طریق و یک فرایندی پیش فعال است.

گزینش (Choice) فرایندی است که به طور فعال به استفاده کنندگان کمک می کند تا منابع دیگر اطلاعات را جستجو و بازیابی نمایند و از گزینش خود یاد بگیرند وفرایندی واکنشی است.

تبادل (Exchange)، با تعامل بین مردم و جریان اطلاعات در چندین جهت سر و کار دارد و فرایندی تعاملی است.

اجرا (Implementation) شامل کمک تکنیکی، آموزش یا فعالیت های بین فردی است که برای افزایش استفاده از اطلاعات تحقیق و توسعه(R&D) یا جهت تغییر نگرش یا رفتار سازمان ها یا افراد طراحی میشودو همانند Exchange فرایندی تعاملی است(۳۶). OECD ادعا می کند:Know-how نوعی از دانش است که افراد جامعه دسترسی محدودتری به آن دارند و رسانه آن بسی پیچیده تر می باشد. مسئله اصلی، دشوار بودن جدا سازی صلاحیت از یک فرد یا یک سازمان است. کوشش ها برای استفاده از فن آوری اطلاعات برای ایجاد سیستم های خبره نشان می دهد که تبدیل مهارت های تخصصی به اطلاعاتی که بتواند توسط دیگران مورد استفاده قرار گیرد، کاری دشوار و هزینه بر است (۱۹).

نتیجه گیری

دانش یک شی ایستا، بی روح و فاقد جنبش نیست که ارسال شود و یا دریافت گردد، بلکه یک مجموعه سیال از ادراکات است که توسط هر دو گروه یعنی کسانی که آن را ایجاد می کنند و نیز آنهایی که آن را به کار می برند، شکل داده می شود، ارتباط نزدیک و همکاری متقابلی بین سه عامل (تولید، رسانه و کاربرد) وجود دارد. در نتیجه پدیده انتشار نیز یک فرایند خطی نیست که در آن اطلاعات بسته بندی شده و ازیک مکان به مکان دیگری منتقل گردد و چیزی غیر از یک توزیع ساده است. از آنجایی که هدف از انتشار، استفاده از اطلاعات است، لذا برای موثر بودن انتشار، پنج عنصر کلیدی در فرایند انتشار یعنی: منبع، محتوای پیام ، زمینه، رسانه و کاربر علاوه بر تناسب و هماهنگی، بایستی از ویژگی هایی برخوردار باشند. هر سازمانی که به مزیت های رقابتی در دنیای امروز می اندیشد، بخصوص سازمان هایی که در زمینه پژوهش فعالیت دارند لازم است برای کاربردی کردن دانش تولید شده، برنامه ریزی مناسبی را برای انتشار دانش با مشارکت کاربران تهیه و اجرا نمایند(۱۰).

****

References

1. Torjman S, Leviten Reid E, Camp C, Makhoul A. From information to application: How Communities Learn? Caledon, Institute of Social Policy 2001, from www.caledoninst.org , [Accessed:Feb.2004]

2. Bhatt GD. Knowledge management in organizations: examining the interaction between technologies, techniques and people, Journal of Knowledge management 2001; 5(1): 68-75.

3. Backer T. Knowledge utilization: The third wave. Knowledge 1991; pp: 225-40.

4. Marakas GM. Decision support systems in the twenty-first century, Prentice Hall, Englewood Cliffs NJ 1999.

5. Brown JDP. The social life of information, Boston: Harvard Business School Press 2000.

6. Centre for education research and innovation, The production, mediation and use of Knowledge in different sectors, In Knowledge management in the learning society, Paris: Organization for economic co-operation and development, 2000.

[DOR: 20.1001.1.15614107.1383.6.4.10.6]

7. Westbrook J, Boethal M. General characteristics of effective dissemination and utilization, National Center for the dissemination of disability Reseach 1997; p: 212.

8. Hutchinson J, Huberman M. Knowledge dissemination and utilization in science and mathematics education: A literature review. Washington, D.C: National Science Foundation, 1993.

9. Asefzadeh S. Working towards equity in health in Iran: Setting health research priorities through partnerships. Research into action. The News letter of the council on health research for development. 2003 ; 32:7.

10. Asefzadeh S. Building up partnership: Setting health research priorities. News letter. The Notwork, Towards Unity For Health 2003; 22(2): 13.

11. Backer TE. Research utilization and managing innovation in rehabilitation organizations, Journal of Rehabilitation 1988; pp: 8-22.

12. National Center for the Dissemination of Disability Research (NCDDR), A Review of the Literature on Dissemination and Knowledge Utilization1996; p:14.

13. National center for the dissemination of disability research updated 1997. from http://www.ncddr.org/du/. [Accessed Feb.2004]

14. Marquart J, O'Keefe GJ, Gunther AC. Believing in biotech: Farmers' perceptions on the credibility of BGH information sources. Science Communication 1995 ; pp: 388-402.

15. Fullan M. Change processes and strategies at the local level. The Elementary School Journal 1985; 1: 391.

16. Westbrook J, Lumbley J. Consumer driven supported employment: A way to improve supported employment services and outcomes. Bulletin of the national model for supported employment and independent Living, Southwest Educational Development Laboratory, Austin, Texas: Spring 1990; pp; 112-14.

17. Carrillo R, Lumbley J, Westbrook J. Effective networking: The role of the consultant. Consultant 1984; 3(2):81.

18. Robinault JP, Weisinger M, Folsom JC. Final report: A research utilization laboratory in a comprehensive rehabilitation center. New York: ICD Rehabilitation and Research Center 1980; p: 82.

١٩. هامیلتون، سیمون، تجزیه و تحلیل ارتباطات سازمانی، ترجمه داود محب علی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ١٣٧٥.

20. Glaser EM, Abelson HH, Garrison KN. Putting knowledge to use: Facilitating the diffusion of knowledge and the implementation of planned change. San Francisco: Jossey Bass 1983.

21. West RF, Rhoton C. Educational research and decision making: An examination of the barriers to the utilization of educational research among school leaders in Tennessee. Paper presented at the annual meeting of the American educational research association, San Francisco 1992; p:23.

22. Felker RM. Final report: Special education dissemination project. Alexandria, VA: National Association of State Boards of Education 1984; pp: 78-80.

23. Newman S, Vash C. Gray matter: Utilization of rehabilitation research results. Rehabilitation Education 1994; 8(4): 380-5.

[DOR: 20.1001.1.15614107.1383.6.4.10.6]

24. Asefzadeh S, Malekafzali H. Ten steps in health systems research, Trainer's guide. Ministry of Health & Medical Education Tehran 2004; pp: 9-21.

25. Crandall DP. Implementation aspects of dissemination: Reflections toward an immodest proposal. Knowledge 1989; 79-106.

26. David S. Developing a technology transfer program for the National institute on drug abuse. Knowledge1991; pp: 289-97.

27. Fuhrman S. Uniting producers and consumers: Challenges in creating and utilizing educational research and development. In Tomlinson & Tuijnman (Eds.), Education research and reform: An international perspective. Washington D.C: U.S. Department of Education 1994; pp: 133-47.

28. Leung P. Translation of knowledge into practice. In Walcott & Associates, NIDRR National CRP Panel Final Report. Washington, D.C: Walcott & Associates1992; p: 25.

29. Indyk D, Rier DA. Grassroots AIDS knowledge: Implications for the boundaries of science and collective action. Knowledge 1993; pp: 3-47.

30. Davis P, Howden Chapman P. Translating research findings into health policy, Social Science and Medicine 1996; 43: 865-72.

31. Dentler RA. Putting knowledge to work: Issues in providing effective educational dissemination. Paper presented at the annual meeting of the council for educational development and research, Phoenix 1984; pp: 19.

32. Kennedy MM. Studying smoking behavior to learn about dissemination. Knowledge 1989; 107-15.

33. Asefzadeh S. Rethinking teaching and learning health systems research. Newsletter. The Network Towards Unity For Health 2002; 1:18.

34. Asefzadeh S. Capacity development for health system research in Iran. Research into Action. The Newsletter of the council on health research for Development 2002; 29:14.

35. National Centre for the Dissemination of Disability Research, Guides to Improving Practice, Number two-Iiproving links between research and practice: Approaches to the effective dissemination of disability research 2000, from www.ncddr.org/du/products/guide2.html. [Accessed] March 2004].

36. Klein SS, Gwaltney MN. Charting the education dissemination system, Knowledge 1991; pp: 241-65.

* آدرس نویسنده مسئول: قزوین، دانشگاه علوم پزشکی، معاونت پژوهشی، تلفن: ۲۸۱-۳۷۰۰۶۶.

[DOR: 20.1001.1.15614107.1383.6.4.10.6]