

۱۴۹۵۵۴۲

شناخت‌شناسی سازمانی

درک دانش در سازمان‌ها

مؤلف:

کسرا سیرافی

مترجمین:

دکتر حسین نوروزی

(عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی)

فرشید خموشی

پریا غفوری

سرشناسه	سیرافقی، کسرا
عنوان و نام پدیدآور	شناخت‌شناسی سازمانی درک دانش در سازمان‌ها / مولف کسرا سیرافقی: مترجمین حسین نوروزی، فرشید خمونی، پریا غفوری
مشخصات نشر	تهران، فوژان، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۳۱۱ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۲۹۸-۴۸-۰
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی: Organizational epistemology: understanding knowledge in organization, 2013
موضوع	اخلاق و کسب و کار - فلسفه Business ethics -- philosophy
موضوع	یادگیری سازمانی Organizational learning
موضوع	مدیریت دانش knowledge management
شناسه افزوده	غفوری، پریا، ۱۳۶۵ - مترجم
شناسه افزوده	خمونی، فرشید، ۱۳۶۵ - مترجم
شناسه افزوده	ن. حسیب، ۱۳۵۶ - مترجم
رده بندی کنگره	۱۳۹۵ / ۵۳۸۷ HF
رده بندی دیویی	۷۴ / ۴
شماره کتابشناسی ملی	۴۳۶



نشر فوژان

شناخت‌شناسی سازمانی

مؤلف: کسرا سیرافقی

مترجمین: دکتر حسین نوروزی، فرشید خمونی، پریا غفوری

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول (۱۳۹۵)

لیتوگرافی / چاپ / صحافی: کوه نور / رهنما / کیمی

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن بطور کلی و جزئی (چاپ، فتونپی، فایل صوتی، تست‌سازی و انتشار الکترونیکی...) بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع بوده و قابل پیگرد قانونی است.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۹۸-۴۸-۰

قیمت: ۱۸۵۰۰ تومان

مرکز پخش: نشر فوژان

تهران، م انقلاب، خ لبافی‌نژاد بین کارگر و اردیبهشت، ک درخشان، پ ۲، ط اول.

تلفن: ۰۹۱۲۶۸۶۰۹۲۳-۶۶۴۰۸۵۰۱-۶۶۴۹۰۲۰۹

www.FoozhanBook.com

Email: fozhanpub@yahoo.com

فهرست

پیشگفتار مترجم ۹

بخش اول: دانش سازمانی

فصل اول: سازمان: عنوان تمایز (برتری) مفهومی	۱۵
۱-۱- اهداف سازمانی	۱۷
۱-۱-۱- پیچیدگی خارجی: اهداف محیط اجتماعی	۱۸
۲-۱-۱- پیچیدگی داخلی: نوع احاطه	۲۰
۳-۱-۱- جمع‌بندی	۲۲
۲-۱- ساختار سازمانی	۲۳
۱-۲-۱- مفاهیم عقلایی (منطقی): سازمان به عنوان نهاد	۲۳
۲-۲-۱- مفاهیم اجتماعی: سازمان به عنوان یک نهاد (رهیافت)	۲۸
۳-۲-۱- جمع‌بندی	۳۴
۳-۱- رویکردی فلسفی: سازماندهی به عنوان حالتی از ساختار جهان	۳۵
۱-۳-۱- انقلاب کوپرنیکی و فرآیند ساختاریندی دنیا	۳۵
۲-۳-۱- شرطی شدن انسان به عنوان منشأ ساختار جهان	۴۳
۳-۳-۱- سازماندهی به عنوان نمایی (وجه‌های) از ساختار جهان	۴۶
۴-۳-۱- جمع‌بندی	۵۰
۴-۱- نتیجه‌گیری	۵۲

فصل دوم: دانش ارتباطی (رابطه‌ای) سازمانی	۵۵
۱-۲- مفهوم قوی دانش در حوزه‌های اجتماعی	۵۵
۱-۱-۲- وابستگی متقابل دانش و هستی‌شناسی: نظریه (گیدنز و بوردیو)	۵۶
حوزه‌های اجتماعی	۶۰
۲-۱-۲- وابستگی متقابل دانش و هستی‌شناسی: نمونه‌ها	۶۰
۱-۲-۱-۲- دانشجوی رشته‌ی عکس‌برداری با اشعه‌ی ایکس	۶۰

- ۶۱-۲-۲-۱-۲ مشتری و مدیریت ارتباط با مشتری.....
- ۶۳-۳-۱-۲ وابستگی متقابل دانش و هستی‌شناسی: نقطه‌ی ورود یک بینش قوی.....
- ۶۴-۲-۲ یک مفهوم قوی از دانش در سازمان.....
- ۶۴-۱-۲-۲ داده‌ها - اطلاعات - دانش.....
- ۶۶-۲-۲-۲ نماد (بیان) - معنا - عمل (کاربرد).....
- ۶۹-۳-۲-۲ نماد (بیان) - معنی - عمل.....
- ۷۳-۴-۲-۲ قوی (شدید) اما نه خیلی قوی (شدید): دام ساختارگرایی کل‌نگر.....
- ۷۴-۳-۲ جریان مدیریت: دانش ضمنی و دانش صریح.....
- ۷۷-۴-۲ عنوان منبع سازمانی تمیزدهنده‌ی فردی و جمعی.....
- ۷۷-۱-۴-۲ نماد دانش به عنوان منبعی قابل‌تعدیل (قابل‌تبدیل).....
- ۷۸-۲-۴-۲ معنا: دانش به عنوان منبعی تمیز داده شده (مجزاشده).....
- ۷۹-۳-۴-۲ عمل (اقدام): دانش به عنوان یک منبع فرآیندی.....
- ۸۲-۵-۲ جمع‌بندی.....

فصل سوم: کاربرد دانش سازمانی..... ۸۵

- ۸۶-۱-۳ مفاهیم منطقی: دانش سازمانی به‌عنوان حربه (تئوری).....
- ۸۶-۱-۱-۳ دانش به‌عنوان نظریه‌ی تعمیم‌یافته.....
- ۸۹-۲-۱-۳ ماکس وبر: سازماندهی و عقلانیت علمی.....
- ۹۱-۳-۱-۳ نظریه در عمل: کاربرد دانش سازمانی عقلایی.....
- ۹۴-۲-۳ شکاف بین دانش سازمانی و عمل.....
- ۹۵-۱-۲-۳ فردی‌سازی.....
- ۹۷-۲-۲-۳ توجه.....
- ۹۸-۳-۲-۳ کاربرد.....
- ۱۰۲-۳-۳ مفاهیم اجتماعی‌شده: دانش سازمانی به‌عنوان دانش روایتی.....
- ۱۰۲-۱-۳-۳ دانش به‌عنوان زمینه یا بستر روایتی.....
- ۱۰۴-۲-۳-۳ روایت در عمل: کاربرد دانش سازمانی اجتماعی.....
- ۱۰۷-۴-۳ جمع‌بندی.....

فصل چهارم: خلق دانش سازمانی..... ۱۱۱

- ۱۱۲-۲-۴ خلق "نظریه‌ی عملکرد".....

۱۱۲	۴-۲-۱- نظریه‌ی عملکرد به‌عنوان دانش سازمانی
۱۱۴	۴-۲-۲- یادگیری تک حلقه‌ای
۱۱۵	۴-۲-۲- یادگیری دو حلقه‌ای
۱۱۸	۴-۳- معیارهای خلق دانش: اقتضاء، مباحثه و "استفاده از جعبه سیاه"
۱۱۸	۴-۳-۱- ANT، علم و تکنولوژی
۱۲۱	۴-۳-۲- بودن و شدن: ماهیت دیالکتیکی خلق دانش
۱۲۶	۴-۳-۳- جعبه‌ی سیاه و بسط شناخت‌شناسی در سازمان‌ها
۱۲۷	۱- جعبه‌ی سیاه به‌عنوان بودن
۱۲۸	۲- جعبه‌ی سیاه به‌عنوان شدن
۱۳۰	۴-۴- خلق دانش گزاره‌ای: ۱- حقایق اولیه و رویه‌های معمول
۱۳۴	۴-۵- خلق دانش روایتی: طرح‌ریزی و داستان‌سرایی
۱۳۸	۴-۶- جمع‌بندی
۱۴۱	فصل پنجم: از تئوری دانش سازمانی تا شناخت‌شناسی سازمانی
۱۴۴	۵-۲- توصیف در برابر هنجارمندی
۱۴۶	۵-۳- نیاز به تمایز یا برتری هنجاری
۱۵۱	۵-۴- به سوی شناخت‌شناسی سازمانی
۱۵۱	۵-۴-۱- نقطه‌ی شروع و مطلوب "شناخت‌شناسی سازمانی"
۱۵۳	۵-۴-۲- خلاصه‌ی سوالات پژوهش
۱۵۴	۵-۴-۳- فرضیه‌های تحقیق
۱۵۶	۵-۴-۴- جمع‌بندی

بخش دوم: شناخت‌شناسی

۱۵۹	فصل ششم: شناخت‌شناسی عقلایی
۱۶۱	۶-۱- اصطلاحات
۱۶۲	۶-۲- بحث‌هایی در حوزه شناخت‌شناسی عقلایی
۱۶۲	۶-۲-۱- مستندگرایی درونی در مقابل اعتمادگرایی بیرونی
۱۶۳	۶-۲-۲- بنیادگرایی در مقابل انسجام‌گرایی
۱۶۴	۶-۳- "مساله‌ی گتیر" شکاف دانش در شناخت‌شناسی عقلایی
۱۶۷	۶-۴- منشاء اول مساله‌ی گتیر: عدم‌نهایت و بی‌انتهابودن زمینه و بستر

- ۵-۶- مسالهی اجتناب‌ناپذیر گتیر: پیامدها و پیشامدها ۱۷۰
- ۶-۶- منشاء دوم مسالهی گتیر: عدم‌نهایت و بی‌انتهابودن مفاهیم ۱۷۲
- ۶-۷- عامل ارتباطی (اتصال‌دهنده‌ی) شناخت‌شناسی هنجاری و علم ۱۷۹
- فصل هفتم: شناخت‌شناسی اجتماعی** ۱۸۳
- ۷-۱-۱- رویکرد عقلایی ۱۸۳
- ۷-۱-۲- رویکرد اجتماعی ۱۸۴
- ۷-۱-۳- پیش به سوی رویکرد سوم: برطرف نمودن دوگانگی ۱۸۷
- ۷-۲-۱- مسالهی عدم‌قطعیت: ناکارآمدی‌های رویکرد عقلانی ۱۸۸
- ۷-۲-۱-۱- عدم‌قطعیت: کاف شناختی در مرکز علم ۱۸۸
- ۷-۲-۲- عدم‌قطریت: نقشه‌ی نظر عقلانیت‌گرایان ۱۹۰
- ۷-۲-۳- عدم‌قطعیت: نقادان ادغام علمی ۱۹۱
- ۷-۲-۴- عدم‌قطعیت: نقطه‌ی آغاز دیدگاه فلسفی ۱۹۳
- ۷-۳- نقش‌بندی اهداف و استانداردها، وابسته به جامعه در خلق دانش ۱۹۶
- ۷-۴- هنجارهای اجتماعی برای خلق دانش ۱۹۹
- ۷-۵- توانا ساختن: گفتمان استدلال انتقادی ۲۰۱
- ۷-۵-۱- حوزه‌های انتقاد و ادراک انتقاد (اولین و دومین ویژگی گفتمان استدلال انتقادی) ۲۰۱
- ۷-۵-۲- استانداردهای عمومی (سومین ویژگی گفتمان استدلال انتقادی) ۲۰۲
- ۷-۵-۳- برابری متعادل (چهارمین ویژگی گفتمان استدلال انتقادی) ۲۰۲
- ۷-۶- محدودکننده (محدودگر): قابلیت پذیرش (مقبولیت) و رسیدن ۲۰۴
- ۷-۷- انعکاس: خلق دانش دو حلقه‌ای ۲۰۸
- ۷-۸- ضمایم جزئی: شناخت‌شناسی موردی و عمومی ۲۱۱
- ۷-۹- جمع‌بندی: شناخت‌شناسی اجتماعی به‌منزله‌ی پلی بین دوگانگی عقلایی و اجتماعی ۲۱۳
- ۷-۱۰- تغییر بافت و بسترهای غیرعلمی ۲۱۴
- ۷-۱۰-۱- "هر گروه در میان گروه‌های دیگر یک جامعه شناختی است" ۲۱۴
- ۷-۱۰-۲- تغییر جهت سازمان ۲۱۶

بخش سوم: شناخت‌شناسی سازمانی

- فصل هشتم: مفهوم هنجار در دانش سازمانی** ۲۲۱
- ۸-۲- شکاف بین شناخت‌شناسی و عدم قطعیت در مرکز سازمان ۲۲۲

۲۲۷	۳-۸- واکنش هنجاری به شکاف شناخت‌شناسی
۲۲۹	فصل نهم: معیارهای شناخت‌شناسی برای دانش سازمانی
۲۳۱	۲-۹- خط‌مشی اول: توانمندسازی
۲۳۲	۱-۲-۹- محتوا
۲۳۳	۲-۲-۹- چند بُعدی‌گرایی انتقادی
۲۳۴	۳-۲-۹- استانداردهای واضح و روشن
۲۳۵	۴-۲-۹- جمع‌بندی گفتمان استدلال انتقادی در سازمان
۲۳۶	۳-۹- خط‌مشی دوم: آمیل
۲۳۸	۱-۳-۹- از محتوا به تمایز
۲۳۹	۲-۳-۹- پذیرش و تایید: محدودسازی حوزه‌ی خلق دانش
۲۴۰	۳-۳-۹- پذیرش و تایید: محدودسازی خلق دانش
۲۴۱	۴-۳-۹- فعل و انفعال بین توانمندسازی و محدودسازی
۲۴۴	۴-۹- خط‌مشی سوم: بازتاب و انعکاس
۲۴۵	۱-۴-۹- آیا بازتاب منجر به نسبیت می‌گردد؟
۲۴۹	۲-۴-۹- سنجش انعکاس (بازتاب)
۲۵۰	جمع‌بندی
۲۵۳	فصل دهم: کاربرد شناخت‌شناسی سازمانی: سون - ایلون
۲۵۳	۱-۱۰- شرح مطالعه موردی (موردپژوهی)
۲۵۳	۱-۱-۱۰- شرکت سون - ایلون ژاپن
۲۵۳	۲-۱-۱۰- مدیریت موردی (جزء به جزء)
۲۵۷	۳-۱-۱۰- فرهنگ جلسات
۲۵۸	۲-۱۰- کاربرد دانش سازمانی در موردپژوهی SEJ
۲۵۸	۱-۲-۱۰- مدیریت اقلام در سطوح سه‌گانه تصمیم‌گیری
۲۵۹	۲-۲-۱۰- ایجاد و بکارگیری دانش سازمانی در SEJ
۲۶۰	۳-۲-۱۰- خلق و کاربرد حلقه‌ای یا چرخشی دانش
۲۶۲	۳-۱۰- کاربرد شناخت‌شناسی سازمانی در موردپژوهی SEJ
۲۶۲	۱-۳-۱۰- توانمندسازی در SEJ

- ۱-۱-۳-۱۰-۱-۱-۳-۱۰ محتوا (مضمون) ۲۶۲
- ۱-۱-۳-۱۰-۲-۱-۳-۱۰ چندبعدی‌گرایی انتقادی ۲۶۳
- ۱-۱-۳-۱۰-۳-۱-۳-۱۰ استانداردهای شفاف ۲۶۶
- ۱-۲-۳-۱۰-۲-۳-۱۰ محدودیت در SEJ ۲۶۶
- ۱-۲-۳-۱۰-۱-۲-۳-۱۰ تأیید: محدودسازی خلق دانش در جهت اهداف سازمانی ۲۶۸
- ۱-۲-۳-۱۰-۲-۲-۳-۱۰ پذیرش: محدودیت خلق دانش در ساختار سازمانی ۲۷۱
- ۱-۲-۳-۱۰-۳-۲-۳-۱۰ پذیرش و تأیید: تبدیل تمایزات به دانش موفق ۲۷۲
- ۱-۳-۳-۱۰-۳-۳-۱۰ SEJ در ۲۷۴
- ۱-۴-۱۰ جمع‌بندی و پژوهش آتی ۲۷۶
- فصل یازدهم: خلاصه یک واژه‌ی جدید در نظریه‌ی دانش سازمانی هنجاری ۲۷۹
- ۱-۱-۱۱-۲-۱-۱۱ مفاهیم سازمانی: "مخلقی شده" و "اجتماعی شده" ۲۸۰
- ۱-۱-۱۱-۳-۱-۱۱ دانش سازمانی: "منطق شده" و "اجتماعی شده" ۲۸۲
- ۱-۱-۱۱-۴-۱-۱۱ ایجاد تمایز سازمانی: نمود، معنای عمل ۲۸۴
- ۱-۱-۱۱-۵-۱-۱۱ خلق (ایجاد) دانش سازمانی ۲۸۶
- ۱-۱-۱۱-۶-۱-۱۱ خلاء (شکاف) اساسی خلق دانش سازمانی ۲۸۸
- ۱-۱-۱۱-۷-۱-۱۱ دانش سازمانی: یک مجموعه‌ی نظری ۲۹۰
- ۱-۱۱-۲-۱۱ شناخت‌شناسی سازمانی ۲۹۴
- ۱-۲-۱۱-۱-۲-۱۱ تمایز هنجاری ۲۹۴
- ۱-۲-۱۱-۲-۲-۱۱ بازده فلسفه در مدیریت دانش: شناخت‌شناسی عقلی ۲۹۶
- ۱-۲-۱۱-۳-۲-۱۱ دستورالعمل‌های شناخت‌شناسی برای خلق دانش سازمانی ۳۰۱
- ۱-۲-۱۱-۴-۲-۱۱ شناخت‌شناسی سازمانی: یک مجموعه‌ی (جعبه ابزار) نظری ۳۰۴
- ۱-۳-۱۱-۳-۱۱ جمع‌بندی و تحقیقات آینده ۳۰۶
- ۱-۳-۱۱-۱-۳-۱۱ فلسفه، شناخت‌شناسی و مدیریت دانش ۳۰۶
- ۱-۳-۱۱-۲-۳-۱۱ پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی ۳۰۹
- ۱-۲-۳-۱۱-۱-۲-۳-۱۱ "بعد ضمنی یا پنهان" دانش ۳۰۹
- ۱-۲-۳-۱۱-۲-۲-۳-۱۱ بعد عملی یا کاربردی ۳۱۰

پیشگفتار مترجم

شناخت، مقوله و فهوم‌ی است که مختص بشر است. انسان قادر به شناسایی، تشخیص و کسب مهارت در تحقیق و بررسی مطالب مختلف است. ربات‌ها، کامپیوترها و سایر ابزارهای پیشرفته محاسباتی و شبیه‌سازی شده، هرگز نمی‌توانند کسب آگاهی کنند و از دانش بهره‌مند شوند بلکه فقط می‌توانند ارائه‌دهنده اطلاعات برنامه‌ریزی شده و تزریق شده‌ای باشند که توسط بشر تدوین شده است. کسب ترنایم برای اتخاذ اقدامی سودمند و اثربخش، به کار گرفتن تئوری در موقعیت‌های عملی را می‌طلبد.

شناخت، خود ماهیت اقتضایی دارد. در آنچه چیزی که در یک موقعیت کار می‌کند ممکن است در موقعیت دیگری کار نکند.

شناخت‌شناسی¹ شاخه‌ای از فلسفه است که به عنوان نظریه چستی شناخت و راه‌های دستیابی به آن تعریف می‌شود. هرگاه برای کشف تاعده‌ای قابل اعتناء، درباره احوال و عوارض علوم با استناد به روش‌های علمی بحث می‌کنیم در واقع، در فلسفه علم سیر می‌کنیم. مساله ارزش شناخت از قدیم‌ترین دوران‌های فلسفه مطرح بوده است. ممکن است که اولین عاملی که توجه دانشمندان و متفکران را جذب کرد بحث کشف خطاهای خارجی و کامل نبودن این حواس به عنوان ابزار شناخت در منعکس نمودن واقعیت‌های خارجی باشد.

در دوره یونان باستان با وجود آنکه شناخت‌شناسی به صورت علم مستقل مطرح نبود ولی مبحث "ارزش شناخت" که یکی از محوری‌ترین مباحث شناخت‌شناسی می‌باشد، مورد توجه بوده است.

با ظهور سوفسطائیان در قرن پنجم قبل از میلاد که منکر اصل واقعیت‌های خارجی بودند، مساله شناخت به صورت جدی‌تر مطرح شد و سقراط و سپس افلاطون و ارسطو؛ به مخالفت با

آراء سوفسطائیان پرداخته و اصول و قواعدی را به خاطر مقابله با مغلطه‌های آن‌ها و فتونی را برای درست اندیشیدن و سنجش استدلال‌ها تدوین کردند.

در دوره قرون وسطی، مباحث مربوطه به الهیات، دغدغه اصلی بود و لازمه این بحث این بود که شناخت به طور عام و شناخت خداوند بصورت خاص مورد توجه قرار گیرد و امری ممکن تلقی شده و شکاکیت انکار شود. در این دوره، اگرچه برای رسیدن به واقعیت از ابزارهای متفاوتی استفاده می‌شد، ولی تردیدی در ماهیت و ذات یقین و امکان رسیدن به آن مطرح نبود.

با ورود دوران رنسانس و عصر روشنگری، ایمانوئل کانت کانون توجه فلسفه را از هستی‌شناسی^۱ به شناخت‌شناسی تغییر جهت داد و به همین خاطر است که فلسفه او به فلسفه نقدی معروف می‌باشد. در مجموع فلسفه نقدی وی با شروع از ذهن‌شناسی، تدریجاً به نوعی "ایده‌آلیسم" سرقت داده می‌شود. ایده‌آلیست‌ها معتقد بودند که اصلاً چه ضرورتی دارد تا به واقعیتی ناشناختنی متمزم شویم؟ خصوصاً این که طبق مبانی فلسفه کانت، امر واقع خارج از "من" قابل اثبات نبود.

در عصر روشنگری، برخلاف گذشته که مباحث هستی‌شناسی کانون اصلی علوم فلسفی بود، شناخت‌شناسی به عنوان یکی از مباحث اصلی فلسفی مطرح شد و تا حدودی توانست به عنوان یک علم مستقل تلقی شود. اندیش‌نماان این دوره در دو طبقه اصلی عقل‌گرایان و مفهوم‌گرایان جای می‌گیرند. در این دوره بیشتر پژوهش‌ها، تحقیقات در زمینه شناخت‌شناسی توسط لایپ نیتز و جان لاک صورت پذیرفت.

رویکردهای فلسفی در باب شناخت‌شناسی در قرن بیستم تغییرات زیادی را شاهد بود و شاید مهم‌ترین آن تغییر جهت از ایده‌آلیسم (اصالت معنی) به رئالیسم (اصالت واقع) باشد. در پی این تغییر رویکرد چهار مکتب پراگماتیسم، پوزیتیویسم، اگزیستانسیالیسم، هرمنوتیک، مکاتب غالب فلسفی در دوره معاصر در باب شناخت‌شناسی بوده‌است.

با ظهور و بلوغ علم مدیریت و سازماندهی در قرن بیستم و اهمیت یافتن شناخت فرایندهای سازمانی بحث شناخت‌شناسی در مباحث مربوط به سازمان و مدیریت نیز اهمیت روز افزونی پیدا کرده است. شناخت‌شناسی سازمانی بایستی مربوط به چیزی باشد که در روال‌های

سازمانی و مسیرهای ارتباطی و... دارای معنا و قابل درک بوده تا این که اقدام مفید حاصل گردد.

پس در واقع آن نوع از شناخت مدنظر ماست که منجر به عمل می شود. تجارب، تئوری ها و اکتشافاتی که به آن ها دسترسی داشته اید، کمک می کند تا بدانید چه باید کرد و چگونه باید آن کار را انجام دهید.

در تمامی سازمان های بزرگ و دیگر سازمان هایی که افراد در تیم ها و شبکه های آن مشغول به کار هستند، شناخت و دانش، به عنوان یک مالکیت فردی و نه به عنوان یک مالکیت عمومی محسوب می شود. برخی از شرکت ها مالکیت این دانش تحت سیطره برخی از بخش ها است. مثلاً در برخی از شرکت ها تیم های فروش منطقه ای، مدیریت دانش را به عهده دارند. چنین دانشی یک دانش عمومی است. این دانش عمومی بر اساس تجارب به اشتراک گذاشته شده و تئوری ها و اکتشافاتی به وجود می آید که مورد قبول کل سازمان است.

دانش و شناخت سازمانی، بخش اعظمی از مطالب را به ما عرضه می کند. خیلی از آن ها را هیچ گاه نمی توان تمام و کمال به شش نوشتار برآورد. مثلاً چگونگی برقراری یک رابطه خوب با مشتریان را باید در طول کلاس ها و کنفرانس ها آموزش داد. با این حال باز هم حجم عمده ای از دانش فروش و بازاریابی را می توان به صورت محتاب و به عنوان راهبرد شرکت تدوین کرد.

تعریف مورد نظر از مدیریت شناخت و دانش برابر است با حوزه ای که شما تیم یا سازمان خود را مدیریت می کنید، در حالی که هم زمان به ارزش دانش و آداب هم توجه دارید. در نتیجه مدیریت دانش، یک پاسخ مدیریتی به شناسایی ارزش دارایی ها است. البته این پاسخ مدیریتی خیلی به فضای سازمانی شما وابسته خواهد بود. عامل وحدت بخش که بین این رویکردها وجود دارد، تمرکز آن ها برای انتقال ارزش دانش بوسیله ی کسب اطمینان از این موضوع است که افراد اقدام کننده برای انجام کارها، دانش لازم برای تأثیرگذاری را دارا هستند.

با دانستن این موضوع که شناخت امری پیچیده است، درمی یابیم که مدیریت آن نیز کار ساده ای نیست. با وجود این، کسب و کارهای مدرن روزبه روز با روش های مدیریتی پیچیده تر آشنا می شوند.

این کتاب ارزشمند و پرمحتوا که جزء معدود کتاب هایی است که بصورت مشخص در باب شناخت شناسی سازمانی بحث می نماید در سه بخش و یازده فصل تنظیم شده است. بخش اول با عنوان دانش سازمانی که فصول یک تا پنج را به خود اختصاص می دهد بیشتر در خصوص

مفهوم سازمان، دانش ارتباطی سازمانی، کاربرد و خلق دانش سازمانی بحث می‌نماید. بخش دوم با عنوان شناخت‌شناسی؛ شناخت‌شناسی عقلایی و اجتماعی را در فصل‌های شش و هفت مورد بررسی قرار می‌دهد. بخش سوم با عنوان شناخت‌شناسی سازمانی، با مفهوم هنجار در دانش سازمانی در فصل هشت شروع می‌شود و در فصل نُه، معیارهای شناخت‌شناسی برای دانش سازمانی و در فصل ده، کاربرد شناخت‌شناسی سازمانی را مورد بحث قرار داده و در نهایت به ارائه نظریه هنجاری دانش سازمانی در فصل یازدهم خاتمه می‌یابد.

اگرچه هدف این کتاب در گام اول حرکت به سوی یک چارچوب هنجاری دانش سازمانی می‌شد، نه بر مبنای یک اساس شناخت‌شناسی پایدار اجتماعی می‌باشد، نتایج حاصل در آن می‌بایست با انگیزه کافی برای تحقیقات آینده، در سطح آکادمیک یا علمی (تفسیر مطالعات تجربی، توسعه بیشتر چارچوب نظری) و همچنین در یک سطح عملی یا کاربردی (ارزیابی و طراحی محیط‌های خلاقانه) غنی‌تر شود. در برگرداندن مطالب، سعی شده است تا حد امکان بحث امانت‌داری در حتماً صورت پذیرد و فقط در برخی از موارد تعدیلات اندکی جهت فهم بهتر مفاهیم صورت پذیرفته است. با این حال این اثر را نیز مثل سایر محصولات بشری فارغ از خطا و اشتباه نمی‌دانیم و در این زمینه مشتاق دریافت نظرات، راهنمایی‌ها و ایده‌های اندیشمندان تیزبین و نکته‌سنج هستیم. امیدواریم مفاهیم و مطالب مطرح در این کتاب مورد استفاده اندیشمندان و دانش پژوهان حوزه‌های سازمان و مدیریت قرار گرفته و افق نوینی را برای روی آن‌ها قرار بدهد.

حسین نوروزی

فرشاد خموشی

پرو غفری