

社会认知视角的知识共享行为研究^{*}

夏瑞卿 杨 忠

(南京大学商学院 南京 210093)

摘 要 基于社会认知理论的内涵,本文首先阐述将该理论应用于知识共享研究的必要性与合理性,以及理论内涵的具体运用。其次,对该理论中的两个核心概念——自我效能和结果预期在知识共享中的应用进行简要论述。同时对已有的社会认知视角的知识共享文献进行了系统梳理,归纳了在环境因素等方面的研究成果。最后,指出了在深化个体认知中其他概念等未来研究的方向。

关键词 知识共享行为 社会认知理论 自我效能 结果预期

中图分类号 F273

文献标识码 A

文章编号 1002-1965(2013)11-0196-06

Knowledge Sharing Behavior Research Based on the Social Cognitive Perspective

Xia Ruiqing Yang Zhong

(School of Business, Nanjing University, Nanjing 210093)

Abstract Based on the connotation of the social cognitive theory, this paper describes the necessity and rationality of applying the theory to knowledge-sharing study, as well as its specific application. Secondly, the application of the two core concepts of the theory – self-efficacy and outcome expectations – in knowledge-sharing is discussed briefly. Meanwhile a systematic combing of the existing literature on knowledge-sharing based on social cognitive perspective is conducted, and the research results on environmental factors and other aspects are summarized. Finally, future research directions, such as developing other concepts in the aspect of deepening the individual cognition, are pointed out.

Key words knowledge-sharing behavior social cognitive theory self-efficacy outcome expectations

0 引言

作为组织重要的战略资源,知识为组织在竞争激烈的动态环境中提供了可持续的竞争优势^[1]。知识共享活动的价值得到普遍认同,知识共享对员工的创造力、组织知识创新和最终绩效有重要影响。然而,管理实践中,很多知识共享项目通常无法实现组织改善业绩的初衷,Haas和Hansen(2007)经过调研后发现,许多组织投入大量资金整合、共享其知识储备,但是绝大多数此类项目并未实现预期的效果^[2]。Cabrera和Cabrera(2002)在其关于“知识共享困境”的经典文献中,已对知识这种特殊“物品”的转移问题进行了分析^[3]。由于知识的不易损耗和公共物品属性,不同于其他的有形资源,组织内部知识的转移遇到的社会困境表现

为两个方面:第一,当知识被组织成员视为公共物品时,容易存在“搭便车”现象;第二,知识被组织成员作为公共资源存在的“公共地悲剧”,会阻碍知识的共享并威胁到企业在知识资源上的积累。Lu等人(2006)进一步论证到,尤其在知识密集型的组织中,个人可能不用付出任何努力就会轻易地获得组织中的公共知识,从人的自利性出发,这无疑会阻碍个体向组织贡献知识^[4]。也就是说,只要知识被当作组织所拥有的无形资源,则其内生的特性就会使得它具备公共财产的特征,面临着转移的“社会困境”。因此,如何解决个体关于知识所有权的感知,增加其共享的意愿;以及提升共享的效能感知,是关键的问题之一。

另外,通过众多的对知识共享的影响因素和不同研究视角的归纳,可以看出,成功的知识共享活动绝不

收稿日期:2013-08-06

修回日期:2013-08-30

基金项目:国家自然科学基金“团队知识共享跨层次研究:前因、结构与有效性——中国情境文化特征的调节作用”资助项目(编号:71272106)。

作者简介:夏瑞卿(1986-),男,博士研究生,研究方向:组织行为、知识管理;杨忠(1963-),男,管理学博士,教授,博士生导师,研究方向:组织与战略、知识管理、跨国管理。

仅仅是单一因素作用的结果 (Voelpel et al., 2005; 王言峰、杨忠, 2010)^[5-6]。如果不从系统性的观点来考察环境因素和个体特征差异如何对知识共享行为产生影响, 那么也许所获结论的情境适应性是存在疑问的。

因此, 在知识转移存在“社会困境”的情况下, 如何通过考虑组织环境因素与个体特征的互动特征, 增加个体的共享意愿和共享能力, 来促进个体向组织共享知识, 是解决知识共享难题的关键。这些实践中存在的困惑, 实际上凸显了理论发展的局限性和对一些关键问题的忽视。本文的研究问题正是基于上述知识共享困境和组织管理活动多层级的背景来进行提炼。

相比于已有从理性行为理论、计划行为理论、社会资本理论等来考察知识共享的影响因素与作用结果, 社会认知理论中有关结果预期和自我效能概念的论述, 更深层次的涉及到了知识共享发生的障碍的解决, 对上述问题的解释更具优势和说服力。因此, 基于社会认知理论的内涵、应用和有关概念的研究, 本文系统梳理已有的社会认知视角的知识共享主要研究, 并归纳出了相关的成果和不足之处, 以及未来研究的方向。

1 社会认知理论的内涵与应用

认知理论认为, 人的行为取决于他对社会情境的知觉 (perception) 与加工的过程。社会认知 (social cognition) 就是“人们如何思考自身和社会性世界, 或者更准确地说, 人们如何选择、解释、识记和使用社会信息来做出判断和决定”^[7]。社会认知不仅包括我们对他人外在特征的认识, 也包括我们对他人的内在特征 (像人格、情绪) 以及人际关系的认识。20 世纪 80 年代中期, 美国心理学家阿尔伯特·班杜拉 (Albert Bandura) 初步形成了阐释人类心理机能的社会认知理论。他在 1986 年出版的《思想和行动的社会基础: 社会认知论》一书中, 系统总结了其社会认知理论的内涵和思想。

阿尔伯特·班杜拉 (Bandura, 1985) 的社会认知理论强调环境因素、个体和行为的三元互惠交互 (triadic, dynamic and reciprocal interaction) 影响^[8]。其核心观点即认为, 人们的认知活动和他们的行为之间存在着因果关系; 同时内在的思维活动和外部环境因素, 会共同决定着人们的行为^[9]。其中, “个体”主要是指个体认知方面的内容, 包括了“自我效能” (self-efficacy) ——自信完成任务的信念感知, 以及“结果预期” (outcome expectations) ——个人对自己完成这项任务所带来结果的判断。这些对能力和结果的感知使人们可以对环境和自己的行为进行调节和控制。班杜拉指出, 人的认知能力和调节能力可以概括为如自我效能、

结果预期等概念, 并对这些概念的中介过程做出了解释。他认为预期是认知与行为的中介机制, 是行为的决定因素。

由于社会认知理论科学地解释环境、个体以及行为之间的交互影响, 强调的人的主观能动性, 对环境的认知、解释, 以及给予自身的自我调节等内容, 在众多的社会科学理论中独树一帜, 显示了很强的生命力。该理论在众多的学科中得到了广泛的应用, 包括了体育锻炼、消费者采纳与技术接受、信息加工等, 推动了人们对这些领域的认识。其中, 在社会科学研究中, 有关社会认知视角的研究也逐渐兴起。

社会认知理论被广泛地应用于理解和预测个体以及群体行为特征, 并识别哪些方法能够改变行为^[10]。在组织研究领域, 研究者利用该理论解释个体和群体的知识结构是如何影响行为并改变组织的产出, 特别关注对战略决策^[11]和组织变革^[12]的影响。

2 社会认知理论与知识共享研究的融合

基于上述社会认知理论内涵的简介, 本部分主要阐述将该理论应用于知识共享研究的必要性、合理性, 以及理论内涵是如何能够运用到知识共享研究中的; 同时, 对其理论中的两个核心概念——自我效能和结果预期在知识共享中的应用进行简要论述。

2.1 理论应用于知识共享研究的必要性与合理性

通过前文有关知识共享活动存在的根本性问题的分析, 基本上可以归纳出实践中主要的知识共享障碍: 一是认知能力的观点, 即个体对自身认知能力的差异会影响知识分享意愿; 二是知识权利的观点, 即个体基于自利对知识形成的私有化的认识; 三是组织特征的影响, 一个支持知识共享的组织文化和领导者行为会对个体的知识共享态度产生影响。而上述三个关键问题的解决, 则会有效促进组织内部知识共享行为的发生^[9]。

通过社会认知理论的内涵可以看出, 结果预期是对某种行为导致某种结果的个人预测; 而效能预期则是个人对自己能否顺利地进行某种行为后产生一定结果的预期^[13]。也就是说, 个体感知到的效能预期越强, 就越倾向于做出更大程度的努力^[14]。因此, 对于上述知识共享的障碍, 首先, 认知能力观点可以用个体的自我效能加以解释; 其次, 知识权利实际上意味着个体的结果期望, 当期望的结果对个体有利时, 必然会促进其共享知识; 最后, 组织特征的因素通过环境、个体和行为的三元互惠的交互方法来分析, 也是较为科学合理的。

基于已有的研究结论我们不难发现, 环境因素和

个体认知作用于行为的逻辑在于,组织环境中的各种支持因素会提升个体完成活动的能力信念,以及对行为所带来的积极收益预期,这些自我“激励”会促进行为的发生。

2.2 知识共享中有关自我效能和结果预期的研究

在知识共享领域,自我效能一直以来就是影响知识共享成功的关键因素。知识拥有者必须具备感知的能力才能完成这个行为,而这种感知到的能力大小就是自我效能感。自我效能也被应用于知识共享研究,并被定义为个体对其完成知识共享达成特定目标所需行为过程的能力的信念^[15]。

Constant 等人(1994)发现,自信有能力提供有价值知识的个体更有可能完成工作任务^[16]。Kankanhalli 等人(2005)对自我效能与知识共享行为关系的研究表明,当个人使用电子知识库时,自我效能对知识共享行为有直接的正向影响^[17]。Cabrera 等人(2006)实证研究组织员工知识共享影响因素时发现,自我效能与知识共享行为有显著的相关性^[18]。最近的研究中,Hsu 等(2007)通过实证研究发现,自我效能对知识共享行为有显著的预测作用($\beta = 0.29$, $t = 4.01$)^[15]。Lin(2007)也强调,个人对能力和自信的感觉对知识共享有积极的影响。即相信自己的知识共享能够为组织做出贡献的员工,更有可能表现出对提供知识和获取知识的积极意愿^[19]。

在社会认知理论框架中,另一个涉及人类认知行为过程的重要因素还有个人对结果的预期。结果预期就是个体对完成行为所带来结果的预期。班杜拉(Bandura,1997)认为,一般来说,结果预期包含了三个方面的内容,即身体结果(physical effects),如喜悦、疼痛、不舒适等;社会结果(social effects),如社会认可、金钱报酬、权力、赞赏等;以及自我评价结果(self-evaluation effects),如自我满足、自我贬低等^[20]。并且,在每一种形式里,积极的预期都可以被看成是对个人的一种激励^[9]。因此,结果预期对知识共享行为与绩效的影响可以从两个方面来理解:首先,个体行为可以通过这些不同形式的结果来进行调节。另外,根据弗鲁姆的期望理论,在知识共享的情境中,当知识共享所带来的收益大于成本,也就是个体所付出的编码成本、权威性下降等时,理性的个体就会选择去进行共享知识,而不会隐藏。

Constant 等人(1994)将个体视为追求个人利益的理性人,指出只有当个体知识共享的收益与当初的预期相当或者超过其付出的成本时,知识共享行为才会发生^[16]。如果成员通过知识共享活动可以提高其他成员对其的信任、认可和尊重,可以加强与他人之间的

联系,那么成员将对知识共享行为采取积极的态度。因此,结果预期将促进成员的知识共享行为。Bock 和 Kim(2002)通过实证研究证明,个体预期获得的收益在知识分享行为中会起激励的作用,是知识共享的一个促进因素。只有在个体预期从知识分享活动中获得对个体有益的好处时,才会把知识分享给他人。结果预期对知识共享态度的影响系数 0.237(在 $p < 0.001$ 下显著)^[21]。所以,当员工相信他们从知识分享中能获得外部或内部报酬时,他们会采取一种积极的态度来进行知识分享。

3 社会认知视角的知识共享研究

3.1 文献检索方法

为了全面系统的通过社会认知理论来归纳知识共享研究的要点,本文首先利用数据库搜索全部文献。外文文献通过 EBSCO 途径搜索,检索的时间跨度为 1993 年至 2013 年。在中文文献方面,通过中国知网(CNKI)和万方数据数据库搜索,搜索的时间起止日期为 2005 年至 2013 年,之所以选择这个时间段,是因为国内学术界自 2005 年起才开始出现并兴起对社会认知视角的知识共享主体的研究。检索的期刊范围包括国家自然科学基金委管理科学部指定的 30 种重要期刊。

本文通过如下方法检索所需文献。外文方面检索式:(Subject Terms) = “social cognitive” and (Subject Terms) = “knowledge sharing” or (Subject Terms) = “knowledge transfer”,得到关系度较高的英文文献有 7 篇(如 Hsu et al. 2007^[15]; Tasi & Cheng 2012^[22]等)。中文文献的检索表达式为:关键词 = “社会认知” and 关键词 = “知识共享” or 关键词 = “知识分享”,“核心期刊”检索的数据库分目录包括:文史哲、政治军事与法律、教育与社会科学综合、电子技术及信息科学、经济与管理。搜索到关系度较高的中文文献仅有 4 篇(如李志宏等 2012^[23]等)。

3.2 文献回顾

从上述搜集到的与主题高度相关的国内外研究中,可以看出,与社会交换、社会资本与理性行为理论相比,基于社会认知理论的知识共享研究是较为缺乏的。当然,已有研究也为我们提供了一些有价值的思路 and 发现。主要是针对环境因素中的不同方面,以及关于个体认知中不同预期关系的论述两个方面的内容。

3.2.1 不同环境因素对个体认知与知识共享的影响

由于社会认知理论强调外部环境因素对于个体认知中意愿和能力预期具有干预和调节作用,因此,一个宽松良好的组织环境是有利于提升成员对知识共享活动的能力和结果预期,进而促进他们共享知识。学

者们针对不同的环境因素的内容进行了研究。

考察的较多的环境因素之一是组织氛围。雷雪等人(2008)较早的从定性的角度对 Wiki 社区中的共享氛围对成员之间共享知识进行了论述^[24]; Tasi 和 Cheng(2010)运用社会认知理论分析了组织氛围、自我效能以及结果预期对软件工程师的知识共享意愿及行为的影响^[25];李志宏等人(2010)基于华南地区 IT 企业员工的问卷,研究了组织氛围对知识共享行为的影响路径,发现共享气氛不仅直接作用与知识共享行为,而且还会通过自我效能和结果期望产生间接的影响^[23]。

信任也是环境因素的重要方面。Hsu 等人(2007)^[15]、Zhou(2008)^[26]系统运用社会认知视角解释信任与知识共享的关系。他们对虚拟社区成员知识共享的三种影响因素:信任、基于知识共享的自我效能(KSSE)以及结果期望进行了分析。发现虽然三者都会对知识共享行为产生直接影响,但作为环境因素的基于认同的信任会通过影响 KSSE 的路径间接作用于知识共享行为。Tasi 和 Cheng(2012)也综合了社会认知和社会交换理论,基于台湾地区 252 名 IT 员工的个体层面的问卷,考察了信任、承诺以及自我效能对 IT 员工知识共享意愿的影响^[22]。

另外,基于定性的论述,廖成林和袁艺(2009)^[9]指出,组织文化和领导者行为共同构成了社会认知理论中的环境因素,影响了员工的自我效能感、结果期望

与知识共享行为。

3.2.2 个体认知中自我效能和结果预期的关系。值得注意的是,上述对不同环境因素的分析,并没有区分基于个人结果期望和基于组织的结果期望对知识共享意愿的影响差异。为此,Chiu 等人(2006)^[27]通过结合社会资本理论和社会认知理论,实证发现基于个人的结果期望和基于组织的结果期望对共享行为的影响作用是不同的。尚永辉等(2012)^[28]通过对 320 份以学生群体为主的虚拟社区问卷分析,发现个体知识共享的自我效能将会影响个体与他人分享知识,以及分享哪些知识的意愿,而这些决定将产生不同的结果预期和共享行为。另外,知识管理系统中的社会认知与技术接受问题也有涉及^[29]。

同时,在研究的方法论上,Llopis - Corcoles (2011)^[30]特别呼吁,考虑到组织行为的系统特征,应该从学习、自我效能以及认知偏差等方面,多层次分析知识共享问题。上述关于从社会认知视角来分析知识共享的主要研究,以及主要发现汇总于表 1。

4 总结与展望

从上述研究的梳理来看,在为数不多的文献中,学者们已经认识到了结合环境、人性认知以及行为的社会认知视角解释知识共享的优势,并且从组织氛围、信任等视角研究其作用于知识共享行为的路径,取得了一定的研究成果:

表 1 基于社会认知理论的知识共享主要研究结论

| 研究方面 | 研究 | 主要发现 | 样本 |
|------------------------------|--|---|-----------------------|
| 组织氛围对个体认知与行为的影响 | 雷雪等(2008) ^[24] | 社区氛围对虚拟社区成员的知识共享行为有影响作用 | 定性研究 |
| | Tasi & Cheng(2010) ^[25] | 组织氛围、自我效能以及结果预期对软件工程师的知识共享意愿及行为有影响 | 225 名台湾地区的软件工程师 |
| | 李志宏等(2010) ^[23] | 共享气氛不仅直接作用与知识共享行为,而且还会通过自我效能和结果期望产生间接的影响。 | 华南地区 200 名 IT 企业研发人员 |
| 信任对个体认知与行为的影响 | Hsu et al.(2007) ^[15] | 信任通过自我效能和个人结果预期影响知识共享行为 | 274 份雅虎社区参与成员 |
| | Zhou(2008) ^[26] | 虚拟社区成员知识共享有三种影响因素:信任、基于知识共享的自我效能(KSSE)以及结果期望 | 250 份虚拟社区成员 |
| | Tasi & Cheng(2012) ^[22] | 综合社会认知和社会交换理论,考察了信任、承诺以及自我效能对 IT 员工知识共享意愿的影响 | 台湾地区 252 名 IT 员工 |
| 组织文化、领导者行为对个体认知与行为的影响 | 廖成林、袁艺(2009) ^[9] | 组织文化、领导者行为对认知能力和知识共享行为的影响的逻辑机理论述 | 定性研究 |
| | Chiu et al.(2006) ^[27] | 基于个人的结果期望和基于组织的结果期望对共享行为的影响作用是不同的 | 310 份虚拟社区专业成员 |
| | Lin & Huang(2008) ^[29] | 知识管理系统中的社会认知与技术接受影响知识共享 | 192 名台湾地区本土和跨国公司员工 |
| 个体认知中自我效能与结果期望之间的关系,以及对行为的影响 | Llopis - Corcoles (2011) ^[30] | 应该从学习、自我效能以及认知偏差等方面,多层次分析知识共享问题 | 定性研究 |
| | 尚永辉等(2012) ^[28] | 知识共享的自我效能将会影响个体与他人分享知识,以及分享哪些知识的意愿,而这些决定将产生不同的结果预期和共享行为 | 320 份虚拟社区群体问卷,以学生群体为主 |

首先,学者们基本上认同,社会认知理论中有关环境、个体认知与行为互动的关系,充分地融合了环境因素如何影响个体不同预期的变化,进而促进行为的产生。这一逻辑对于解决知识共享实践中有关知识权利和认知能力的观点有较强的说服力与科学合理性。因此,运用社会认知视角来观察知识共享问题,能进一步深化对克服共享障碍的认识。其次,对于不同的环境因素,已有研究关注了组织氛围、信任等因素,基于理论推衍和实证,发现良好的组织氛围(如支持性、提出共享的组织氛围)以及稳定的信任关系,确实能提升员工关于共享的效能预期和结果预期,进而促进其充分的知识共享。最后,在个体认知中的不同预期关系方面,研究证实了强烈的效能预期能够进一步增加个体关于完成活动后结果的预期,以及个人结果期望和组织结果期望对知识共享意愿的影响差异。这些研究结论将有利支持管理实践中,组织在员工选拔、招聘、共享效能培训、激励等方面加大资源投入的措施产生,同时,营造一个支持共享的氛围和良好的人际关系也是促进知识共享的关键。

当然,相对来说,由于基于社会认知理论的知识共享研究并不充分,目前存在一些不足之处。

第一,由于对环境因素的定义不一,以及分析层次的差异,已有的分析存在着需要弥补的内容。比如没有很好的考虑知识共享的组织支持的影响,在中国文化情境下,由于知识分享与知识创新保护的正式制度的缺失,使得组织和管理者对员工知识共享的支持,可能有着更为重要的影响。正如德鲁克在《管理的实践》中指出的,“职务安排、绩效标准和信息是激发员工责任感的条件,但是他们本身并不会提供这个动机。只有当员工拥有管理者的愿景时,……那么他才会承担起达到最高绩效的责任”(彼得·德鲁克,2011,中译本,第249页)^[31]。由于互动的心理(the interactional psychology)和特质激活的观点(trait activation perspectives)都暗示研究人格和情境因素如何相互作用而影响知识共享是有用的(Tett & Burnett, 2003)^[32]。因此,未来的研究可以进一步在社会认知的视角下,剖析知识共享的组织支持与个体认知对知识共享互动影响的机制。

第二,在社会认知的视角中,还有很多理论价值及其丰富的概念并没有很好地融入到知识共享研究中,如对个体的自我效能感(self-efficacy)和组织的集体效能感(collective efficacy)的比较研究^[33],以及个体认知中“观察学习”(vicarious learning)的深入探讨^[30]。上述这些对社会认知视角的知识共享的结论总结,都为后续部分的理论拓展和创新提供了机会。

参 考 文 献

- [1] Foss N J, Pedersen T. Transferring Knowledge in MNCs: The Role of Sources of Subsidiary Knowledge and Organizational Context[J]. Journal of International Management, 2002, 8(1): 49-67
- [2] Haas M R, Hansen M T. Different Knowledge, Different Benefits: Toward a Productivity Perspective on Knowledge Sharing in Organizations [J]. Strategic Management Journal, 2007, 28(11): 1133-1153
- [3] Cabrera A, Cabrera E F. Knowledge-sharing Dilemmas [J]. Organization Studies, 2002(23): 687-710
- [4] Lu L, Leung K, Koch P T. Managerial Knowledge Sharing: the Role of Individual, Interpersonal, and Organizational Factors [J]. Management and Organization Review, 2006, 2(1): 15-41
- [5] Voelpel S C, Dous M, Davenport T H. Five Steps to Creating a Global Knowledge-sharing System: Siemens' ShareNet [J]. Academy of Management Executive, 2005, 19(2): 9-23
- [6] 王言峰, 杨 忠. 知识共享研究理论述评 [J]. 南京社会科学, 2010(6): 37-43
- [7] 埃利奥特·阿伦森等. 社会心理学: 第五版 [M]. 中国轻工业出版社, 2006
- [8] Bandura A. Social Foundations of Thought and Action: a Social Cognitive Theory [M]. Prentice Hall, 1985
- [9] 廖成林, 袁 艺. 基于社会认知理论的企业内知识分享行为研究 [J]. 科技进步与对策, 2009, 26(3): 137-139
- [10] 朱 镇, 赵 晶. 企业电子商务采纳的战略决策行为: 基于社会认知理论的研究 [J]. 南开管理评论, 2011, 14(3): 151-160
- [11] Schwenk R C. The Cognitive Perspective to Strategic Decision Making [J]. Journal of Management Studies, 1988, 25(1): 41-55
- [12] Weick K E, Bougon M G. Organizations as Cognitive Maps: Charting Ways to Success and Failure. In Sims H, Gioia D, et al. (Eds.), Thinking organization [J]. San Francisco: Jossey-Bass, 1986
- [13] Steffen A N, McKibbin C, Zeiss A M, Thomp D. The Revised Scale for Care Giving Self-efficacy: Reliability and Validity Studies [J]. The Journal of Gerontology, 2002, 57: 1
- [14] 周文霞, 郭桂萍. 自我效能感: 概念、理论和应用 [J]. 中国人民大学学报, 2006(1): 91-97
- [15] Hsu M H, Ju T L, Yen C H, Chang C M. Knowledge Sharing Behavior in Virtual Communities: The Relationship Between Trust, Self-efficacy, and Outcome Expectations [J]. Int. J. Human-Computer Studies, 2007, 65: 153-169
- [16] Constant D, Kiesler S, Sproull L. What's Mine is Ours, or is it? A Study of Attitudes About Information Sharing [J]. Information Systems Research, 1994, 5(4): 400-421
- [17] Kankanhalli A, Tan B C Y, Wei K K. Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Investigation [J]. MIS Quarterly, 2005, 29(1): 113-143
- [18] Cabrera A, Collins W C, Salgado J F. Determinants of Individual Engagement in Knowledge Sharing [J]. International Journal of Human Resource Management, 2006, 17(2): 245-264

- [19] Lin H F. Knowledge Sharing and Firm Innovation Capability: An Empirical Study [J]. *International Journal of Manpower* 2007, 28(3/4): 315-332
- [20] Bandura A. Self-efficacy: The Exercise of Control [M]. New-York: Freeman, 1997
- [21] Bock G W, Kim Y G. Breaking the Myths of Rewards: An Exploratory Study of Attitudes About Knowledge Sharing [J]. *Information Resources Management Journal*, 2002, 15(2): 14-21
- [22] Tasi M T, Cheng N C. Understanding Knowledge Sharing Between IT Professionals - An Integration of Social Cognitive and Social Exchange Theory [J]. *Behaviour & Information Technology* 2012, 31(11): 1069-1080
- [23] 李志宏, 朱桃, 罗芳. 组织气氛对知识共享行为的影响路径研究——基于华南地区 IT 企业的实证研究与启示 [J]. *科学学研究* 2010, 28(6): 894-901
- [24] 雷雪, 焦玉英, 陆泉等. 基于社会认知论的 Wiki 社区知识共享行为研究 [J]. *现代图书情报技术* 2008(2): 30-34
- [25] Tasi M T, Cheng N C. Programmer Perceptions of Knowledge-sharing Behavior Under Social Cognitive Theory [J]. *Expert Systems with Applications* 2010(37): 8479-8485
- [26] Zhou T. Explaining Virtual Community User Knowledge Sharing Based on Social Cognitive Theory [J]. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 2008, doi: 978-1-4244-2108-4/08
- [27] Chiu C M, Hsu M H, Wang E T G. Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories [J]. *Decision Support Systems*, 2006, 42(3): 1872-1888
- [28] 尚永辉, 艾时钟, 王凤艳. 基于社会认知理论的虚拟社区成员知识共享行为实证研究 [J]. *科技进步与对策* 2012, 29(7): 127-132
- [29] Lin T C, Huang C C. Understanding Knowledge Management System Usage Antecedents: An Integration of Social Cognitive Theory and Task Technology Fit [J]. *Information & Management*, 2008, 45: 410-417
- [30] Llopis - Corcoles O. Understanding Knowledge Sharing in Organizations: Further Questions of Research Through a Social Cognitive Perspective [J]. *Ingenio (CSIC - UPV) Working Paper Series* 2011(1): 1-32
- [31] 彼得·德鲁克. 管理的实践 [M]. 机械工业出版社 2011
- [32] Tett R P, Burnett D D. A Personality Trait-based Interactionist Model of Job Performance [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2003, 8(3): 500-517
- [33] Bandura A. Exercise of Human Agency through Collective Efficacy [J]. *Current Directions in Psychological Science*, 2000, 9(3): 75-78

(责编: 王平军)

(上接第 109 页)

- [11] Trammell K D, Tarkowski A, Hofmohl J, et al. Rzeczpospolita Blogów [Republic of Blog]: Examining Polish Bloggers Through Content Analysis [J]. *Journal of Computer Mediated Communication* 2006, 11(3): 702-722
- [12] Dennen V P, Pashnyak T G. Finding Community in the Comments: the Role of Reader and Blogger Responses in a Weblog Community of Practice [J]. *International Journal of Web Based Communities* 2008, 4(3): 272-283
- [13] Kumar R, Novak J, Raghaven P, et al. On the Bursty Evolution of Blogspace [C]. In *Proceedings of the Twelfth International Conference on World Wide Web* 2003: 568-576
- [14] Huang C Y, Shen Y Z, Lin H X, et al. Bloggers' Motivations and Behaviors: A Model [J]. *Journal of Advertising Research* 2007: 472-484
- [15] Efimova L, Grudin J. Crossing Boundaries: A Case Study of Employee Blogging [C]. *System Sciences*, 2007. 40th Annual Hawaii International Conference on. IEEE 2007: 86-86
- [16] Kim D, Johnson T J. Political Blog Readers: Predictors of Motivations for Accessing Political Blogs [J]. *Telematics and Informatics* 2012, 29(1): 99-109
- [17] Kaye B K. Web Side Story: An Exploratory Study of Why Weblog Users Say They Use Weblogs [C]. *AEJMC Annual Conference* San Antonio, TX. Retrieved April 2005
- [18] Graf J. The Audience for Political Blogs [C]. *Institute for Politics, Democracy, & the Internet*, in Collaboration With Advocacy Inc. George Washington University Graduate School of Political Management, October 2006
- [19] Lee J K. Who are Blog Users Profiling Blog Users by Media Use and Political Involvement [C]. Paper Presented to the International Communication Association annual Conference, New Orleans, LA 2007
- [20] Segev S, Villar M E. Understanding Opinion Leadership and Motivations to Blog: Implications for Public Relations Practice [J]. *Public Relations Journal* 2012, 6(5)
- [21] Huang L S, Chou Y J, Lin C H. The Influence of Reading Motivations on the Responses after Reading Blogs [J]. *CyberPsychology & Behavior* 2008, 11(3): 351-355
- [22] Jung T, Youn H, McClung S. Motivations and Self-presentation Strategies on Korean-base "Cyworld" Weblog Format Personal Homepages [J]. *CyberPsychology & Behavior* 2007, 10(1): 24-31

(责编: 刘武英)