

# 国内社会化媒体环境下知识共享 研究综述\*

王泽蘅

(长春理工大学经济管理学院, 长春 130022)

**摘要:** 社会化媒体的出现极大地丰富了知识共享的实现途径, 通过对相关文献进行系统分析和深入探讨, 可以为国内知识共享领域后续研究提供可借鉴的思路。以中国知网为数据源, 选取2010—2019年社会化媒体环境下的知识共享文献进行系统综述, 通过对研究内容、理论基础、研究体系等方面的梳理, 厘清该领域研究脉络, 明确当前研究特征与关注重点, 归纳与传统知识共享研究异同, 并在此基础上指出未来国内研究将会进一步在多学科交叉融合、多层次的研究内容、多样化的研究对象、多元化的研究方法等方面不断发展。

**关键词:** 社会化媒体; 知识共享; 共享体系

中图分类号: G322 DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2020.11.009

引文格式: 王泽蘅. 国内社会化媒体环境下知识共享研究综述[J]. 数字图书馆论坛, 2020 (11): 63-72.

知识共享作为知识管理最核心的部分, 关于它的研究最早出现于情报学、企业管理等领域, 多用来分析组织内外部知识分享、利用和创造等关键过程, 从而扩充组织整体知识储备。近些年, 随着信息技术的更新升级和互联网的广泛应用, 社会化媒体逐渐成为人们知识交流和信息分享的重要工具之一, 学者的研究视角也进一步扩展与延伸, 更多地聚焦于开放的社会化媒体环境下知识共享的情况。社会化媒体, 即社交媒体, 是伴随着社会性网络服务的发展而产生的<sup>[1]</sup>, 包含微博、微信、论坛、短视频以及虚拟社区等多种形式, 是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的平台<sup>[2]</sup>。这种平台以满足用户社交需求而出现, 允许用户以文本、图片、视频等方式对知识进行理解、传播与创新, 旨在帮助知识搜寻者在互联网中快速找到有效信息, 促进知识的交换与创造。可以说, 社会化媒体的出现极大地丰富了知识的共享途径, 也为知识的转移与创新提供了有力的平台支持。

那么, 区别于传统的知识共享研究, 社会化媒体环境下的知识共享研究又有哪些特点, 国内学者在此方面

的研究又有何进展呢? 本文将对社会化媒体环境下国内知识共享的相关文献进行梳理与剖析, 重点关注当前研究的现状与特点, 总结社会化媒体环境下知识共享的研究框架, 旨在对当前研究作系统地审视, 以分析判断该领域的研究趋势, 对深化知识共享领域的理论与实践应用有着积极的意义。

## 1 研究基础

### 1.1 知识共享概念内涵

知识管理包括知识生产、知识共享、知识应用以及知识创新等环节<sup>[3]</sup>。其中, 知识共享作为重要核心环节, 直接决定了知识能否被组织吸收、转化为所需要的技术能力。郭宇<sup>[4]</sup>认为知识共享是人在组织内部或者组织之间进行的知识讨论和交流, 强调的是在不影响个人利益情况下所进行的知识共享; 葛宝山等<sup>[5]</sup>认为知识共享是一种将工作相关的知识和专业知识等与其他个体互相分享的行为; 黄林等<sup>[6]</sup>认为知识共享是指员工、团

\*本研究得到吉林省科技厅科技战略与规划研究项目(编号: 20200101050FG)、吉林省教育厅“十三五”社会科学项目(编号: JJKH20200813SK)的资助。

队或部门之间,彼此通过各种渠道进行知识交换和讨论。这些观点均强调知识共享本身不具有自发性,需要有渠道为其提供传播和交流的保障。因此,本文认为社会化媒体环境下的知识共享是指知识拥有者与知识

接受者之间依靠社会化媒体渠道进行知识的传播和交流,最终实现知识价值的过程,它的实现过程经归纳概括如图1所示。可以看出,完成知识共享要经历知识获取、知识传递、知识吸收以及知识转移等阶段。

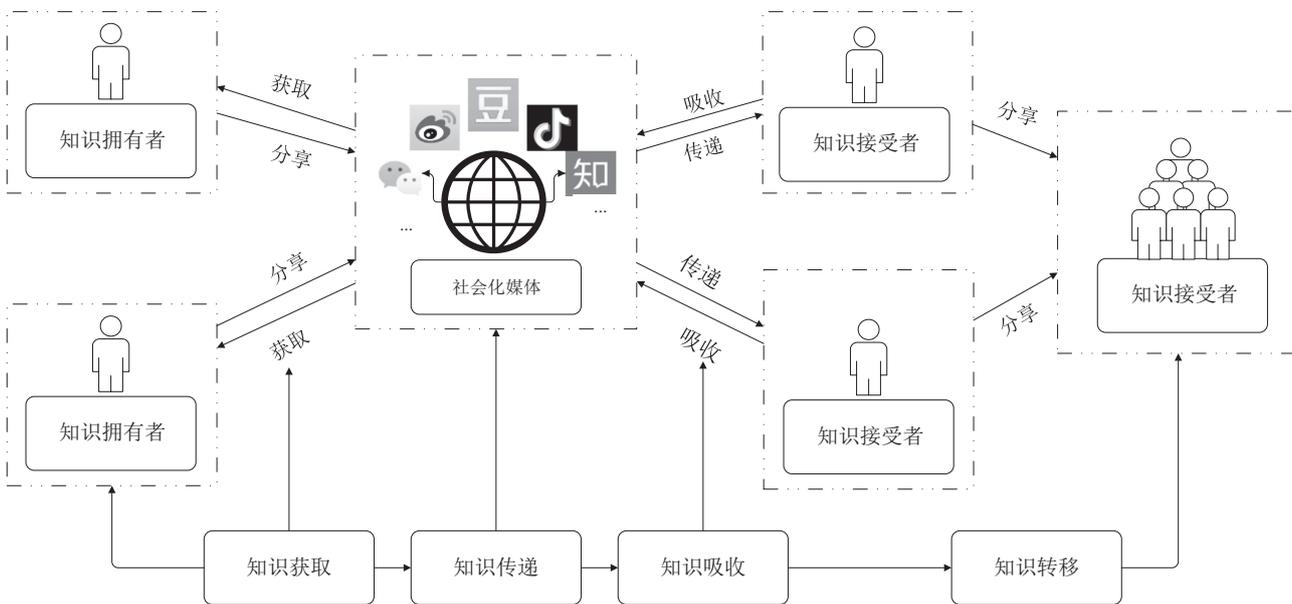


图1 知识共享的过程

## 1.2 文献准备

### 1.2.1 文献获取

本文旨在明确社会化媒体环境下知识共享研究的国内进展,因此将文献梳理范围限定在本土文化视域。选择中国知网(CNKI)中文数据库作为数据源,期刊文献数据获取采用高级检索方式,主要获得两部分数据。①获取有关知识共享研究的全部文献:中文检索表达式设置为“主题=知识共享”AND“发表时间=从2010年1月1日到2019年12月31日”。②获取社会化媒体环境下的知识共享研究文献:在已检索到的有关知识共享研究全部文献的基础上,再设置中文检索表达式为“主题=社会化媒体”AND“主题=知识共享”AND“发表时间=从2010年1月1日到2019年12月31日”。

为使文献数据覆盖全面,保障研究成果的准确性,在中文检索表达式的基础上,同时补充“知识分享”“知识扩散”“知识转移”和“社交媒体”“社会化网络”“社交网络”等与“知识共享”“社会化媒体”含义相近的词语进行组配式检索。需要说明的是,社会化媒体是一个泛化的概念,存在不同的细分名称,文献检

索过程中对此进行了扩展。根据平台内容和用户关系比重的差异,主要向两大方向扩展:①重社交关系的核心社会化媒体,如微信、微博、贴吧等;②重内容生产的衍生社会化媒体,如学术社区、短视频、知乎等。具体名称均包含在上述检索范围内。

经过上述检索后,下载所需文献数据,剔除重复下载数据,与本文不相关的文献、会议论文等无效数据后,得到有效知识共享研究文献3 420篇,其中属于社会化媒体环境下知识共享研究的文献261篇。

### 1.2.2 文献主题分析及情境界定

根据所获文献的摘要、关键词等信息,提炼社会化媒体环境下知识共享研究内容,识别该领域国内研究的主题。结合社会化媒体的细分情境,并参照曹玲<sup>[7]</sup>、耿瑞利<sup>[8]</sup>等的分类方式,将社会化媒体环境界定为工作(专业)情境、商业化利用情境、日常生活情境以及其他情境四类,具体内容如表1所示。由于前三类情境主题的研究是该领域的研究重点,因此本文将围绕这三类情境进行后续分析。

表1 文献主题分析

主题分类	内容解释	典型文献
工作(专业)情境	对组织(含学术机构等)或企业利用社会化媒体进行知识共享的情况加以研究	文献[1]、文献[4]等
商业化利用情境	研究对象主要为消费者群体,主要研究知识共享与消费行为、购买意愿、网络口碑的关系等	文献[5]、文献[9]等
日常生活情境	此类研究最多,主要研究:①休闲娱乐时的知识共享;②学习但非工作时的知识共享;③社交活动时的知识共享等	文献[10]、文献[11]等
其他情境	上述情境不包含的情况,此类研究较少	

## 2 社会化媒体环境下知识共享研究体系

### 2.1 理论基础与研究方法

与传统的知识共享研究相似,社会化媒体环境下的知识共享研究所涉及的基础理论也是社会学、心理学、系统论等,包含社会资本理论、社会交换理论、社

会认知理论、动机理论、人际行为理论等;所采用的数据收集方法有问卷调查法、网络数据爬取、访谈法等,数据分析方法有多元回归分析、社会网络分析、结构方程模型等。将社会化媒体视角下知识共享研究的基础理论、研究方法等进行整理,得到该研究的理论研究架构,如图2所示。

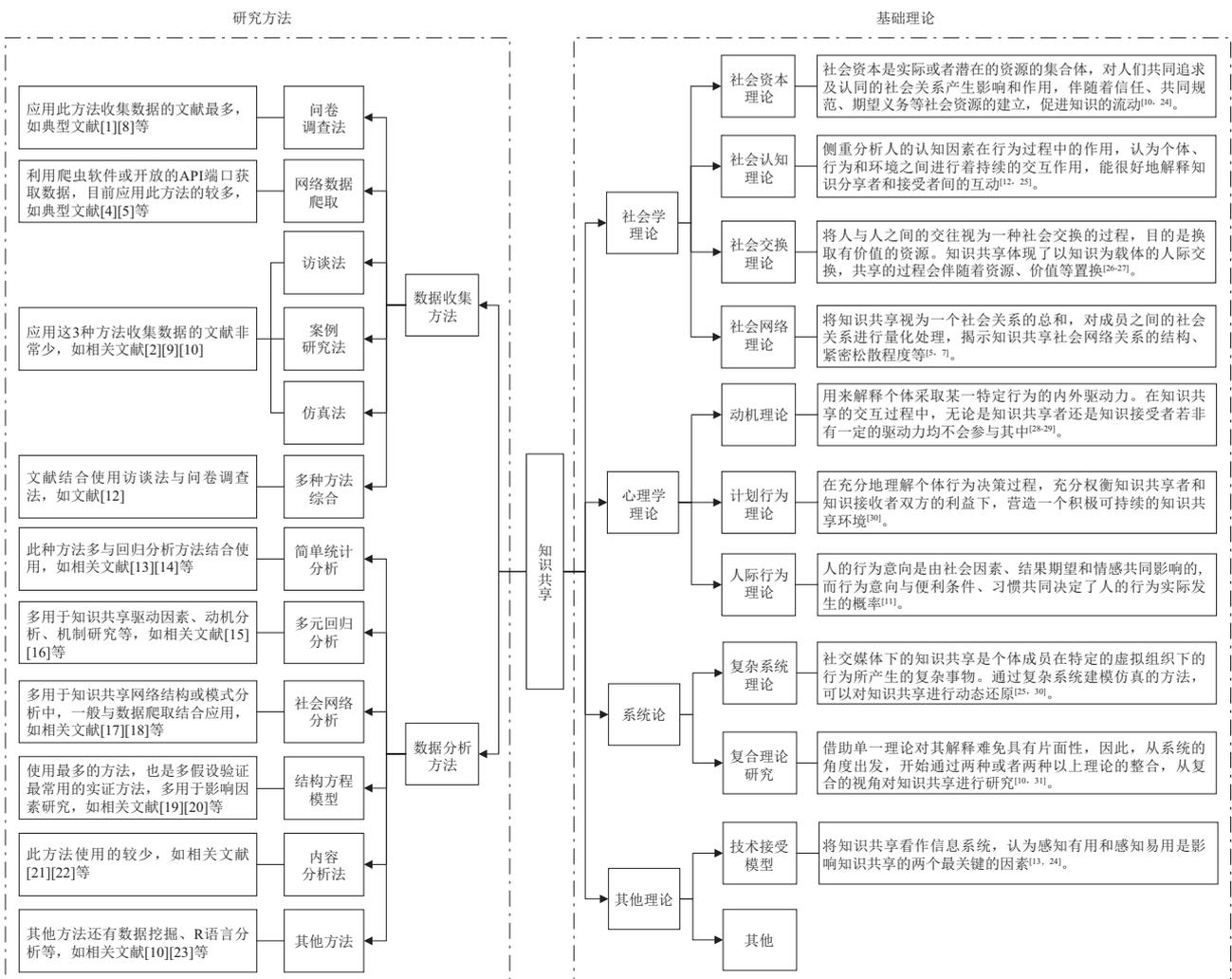


图2 理论基础与研究方法

## 2.2 研究框架

结合前文对社交媒体环境下知识共享的研究内容、研究方法以及基础理论等梳理,归纳可得整体研究体系架构,如图3所示。

可以看出,根据研究对象的不同,社交媒体环境

下的知识共享研究可以针对个人、团队、组织三类来进行;结合知识共享全过程的特点可以将研究分为起因、经过、结果三部分,每个部分的研究有不同的侧重;此类研究的常规思路是,根据现有理论背景,再利用社交媒体环境特点发现当前研究不足,然后针对当前存在问题开展相关实证研究。

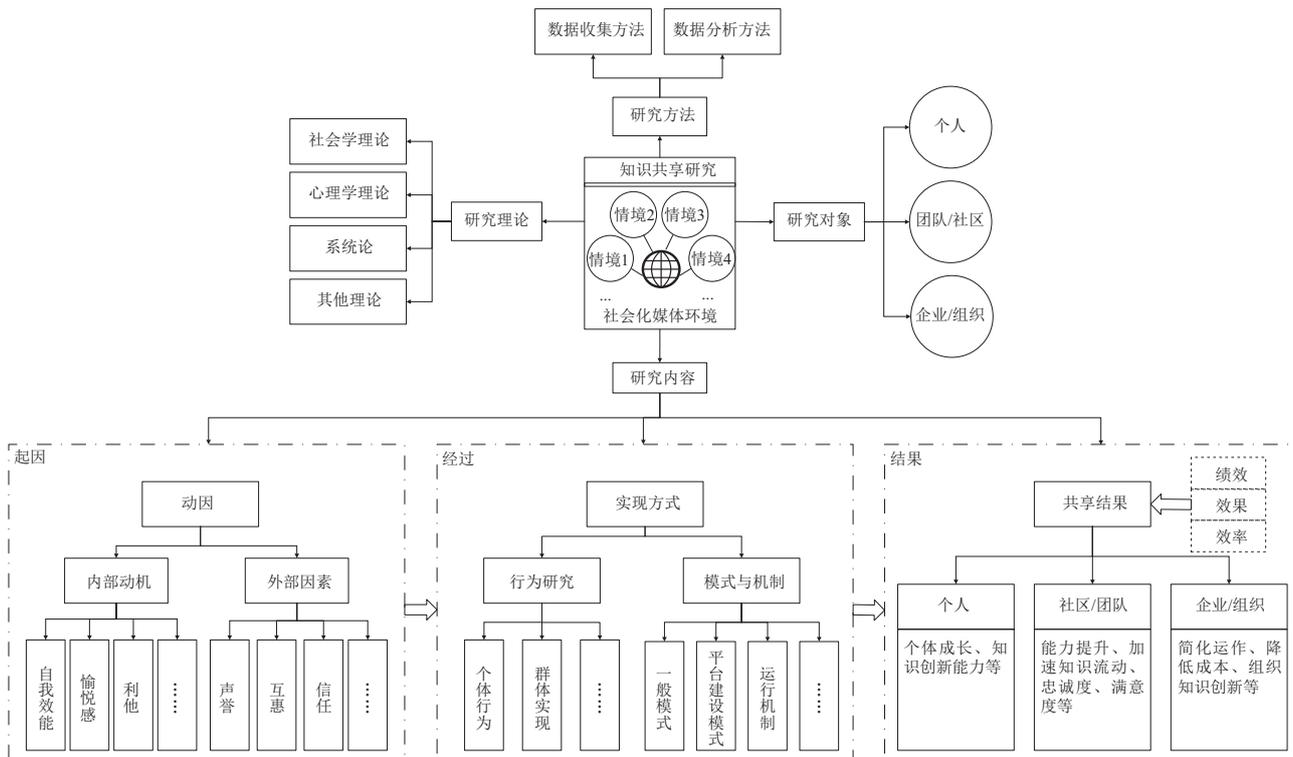


图3 知识共享研究框架

## 3 社交媒体环境下知识共享研究内容

### 3.1 社交媒体环境下知识共享动因研究

社交媒体环境下,知识共享有着自身独有的特点,那么,知识共享是怎么产生的,用户是基于什么动机、怎样的意愿参与到知识共享中,又是什么因素影响着人们开展知识共享等问题,则是知识共享动因研究的主要内容。根据知识共享动因的特点,将其分为知识共享内在动机和外部影响因素两方面。

#### 3.1.1 知识共享内在动机研究

动机是在需要的基础上产生的,它会推动人去寻找满足需要的对象,从而使行动导向某一目标的心理倾向或内在驱力。知识共享的内在动机基于人们分享知

识、接受知识的需要,通过开放的社交媒体环境使得知识被更多用户获取、传播。关于社交媒体环境下知识共享内在动机研究,多数聚焦于动机的识别与测量,相关情况列举如表2所示。

可以看出,虽情境划分有所不同,但社交媒体环境下的知识共享内在动机存在较大共性。学者普遍认为知识分享者可以通过自我效能<sup>[9]</sup>、愉悦感<sup>[28]</sup>、人际关系<sup>[28]</sup>、信任<sup>[23]</sup>等内在因素来衡量知识共享动机对知识共享意愿的影响,进而直接或间接地影响知识共享行为的发生。

#### 3.1.2 知识共享外部影响因素研究

社交媒体环境下的知识共享动因研究中,以学者分析不同外部因素对知识共享产生的影响研究居多,且较为多样。此类研究多针对某一社交媒体平台或某类

表2 不同情境的知识共享内在动机对比

具体情境	内在动机	典型研究结论
工作(专业)情境	自我效能、任务愉悦性、信任等	①内在动机的两个因素——自我效能和任务愉悦性,都显著影响严谨性和知识共享行为的关系 <sup>[28]</sup> ;②科研人员对成员的情感、能力的信任以及对学术社区的系统信任均显著影响知识共享意愿 <sup>[12]</sup>
商业化利用情境	愉悦感、自我效能、人际关系动机等	①消费者通过知识共享能获得愉悦感或内在满足感 <sup>[9]</sup> ;②自我效能对消费者知识共享有着显著的正向作用 <sup>[10]</sup> ;③在线感知依附动机和在线感知关系承诺动机对虚拟品牌社区知识共享行为均具有显著影响 <sup>[29]</sup>
日常生活情境	利他、社交参与、信任、感知有用性等	①利他和社交参与是进行知识共享最主要的参与动机 <sup>[8]</sup> ;②信任、感知网络依附动机和感知网络关系承诺等是知识共享行为的驱动因素 <sup>[23]</sup>

社交用户群体,并基于社会交换理论、社会网络理论、计划行为理论等提出外部因素对知识共享的影响假设,并在构建影响因素模型的基础上进行实证分析,继

而探究知识共享产生的机理、特征或驱动力。社会化媒体环境下知识共享的外部因素情况列举如表3所示。

表3 不同情境的知识共享外因对比

具体情境	主要外部因素	典型研究结论
工作(专业)情境	①关系资本、结构资本等;②感知有用性、感知易用性;③信任环境、文化氛围、激励制度、技术的易用性等;④领先用户特征、社会资本等	①用户积累的社会资本越多,越热衷于知识共享行为 <sup>[25]</sup> ;②感知有用性和感知易用性对学术虚拟社区知识共享具有显著正向影响 <sup>[32]</sup> ;③信任环境、激励制度、技术的易用性等直接显著正向影响知识共享 <sup>[31]</sup> ;④领先用户特征对知识共享水平存在显著作用,用户社会资本对知识共享质量的作用更显著等 <sup>[13]</sup>
商业化利用情境	用户互动、感知风险和接受者的专业能力	丰富和提高社区内容、加强用户互动和降低用户的感知风险是增强用户购买行为的关键 <sup>[14]</sup>
日常生活情境	①社会关系强度;②回报预期、社会影响、有用认知、易用认知等	①大学生知识共享时是亲疏有别的,重视强社会联系 <sup>[15]</sup> ;②回报预期、社会影响等均会对自发式网络知识共享产生影响,意愿对行为的影响起到部分中介作用 <sup>[16]</sup>

从表3中可以看出,社会化媒体环境下知识共享的外部影响因素差异较大,这与知识共享所处的不同情境有关,如工作、商业化利用等情境处于较正式的组织或企业等场景下,知识共享多为了产品或服务创新,因此受周边的环境、专业技术以及资本等因素影响明显;而日常生活情境多处于较为轻松的社交、休闲娱乐等场景下,知识共享更多地是用户为了提升自我,更注重内心真实感受,因此受个体预期、社交关系等影响明显。

### 3.2 社会化媒体环境下知识共享发生过程研究

不同于传统知识共享发生过程的研究更侧重在企业或组织层面的知识共享实现方式上,社会化媒体环境将其进一步拓展到个体层面知识共享的实现,即用

户知识共享的行为研究。基于此,可将知识共享过程研究划分为两大类。一类是基于社会化媒体用户实现知识共享的个体行为研究。另一类为基于组织或群体层面的知识共享模式与机制的探索,其中知识共享模式研究多侧重于知识需求者视角下的基于知识获取、知识存储、知识学习等环节形成而建立的实现知识共享的标准样式<sup>[4]</sup>;知识共享机制研究多侧重于知识拥有者与知识需求者间实现知识共享的内在途径。

#### 3.2.1 知识共享行为研究

因内在动机的激发或外部因素的影响,社会化媒体环境下用户将通过个体行为来表达及实现知识共享<sup>[28]</sup>。个体在知识共享行为中起着至关重要的作用,组织层面的知识获取、消化以及分享等很大程度上也要依赖于个人的知识共享行为<sup>[28]</sup>。社会化媒体具有开放

性、兼容性、非结构化等特点,它的出现极大地丰富了知识共享的完成途径,也为个体发挥知识共享的作用

提供了更多的空间。不同情境下的知识共享行为研究情况列举如表4所示。

表4 不同情境的知识共享行为研究对比

具体情境	实证内容	典型研究结论
工作(专业)情境	①个人差异对知识共享行为的影响;②资质过高感对员工知识共享行为的影响	①性格外向的人有着更强的内在意愿来分享知识,进而产生知识分享的行为 <sup>[28]</sup> ;②领导政治技能越高,资质过高感对员工知识共享行为的影响就越小 <sup>[19]</sup>
商业化利用情境	顾客契合对知识共享行为的影响机理	顾客契合的情感和行为维度对社群成员知识共享行为有直接促进作用 <sup>[20]</sup>
日常生活情境	①意见领袖的知识共享行为特征;②虚拟社区用户知识共享行为	①意见领袖知识共享行为的出现取决于话题的专业性和读者的取向 <sup>[33]</sup> ;②在虚拟社区中,用户知识共享行为正向影响共创价值 <sup>[34]</sup>

可以看出,此部分研究多聚焦于微观用户,通过实证研究分析共享行为的基本特征、影响机理或驱动因素等内容,多基于SOR(刺激-机体-反应)理论范式展开。学者更多地将知识共享行为视作用户之间的社会交互现象<sup>[28]</sup>,可以从社交需求、情感认知、个体成长等方面去解释知识共享现象,而社会化媒体的广泛应用为建立并强化此类社会关系提供了环境支持,更程度地促进了知识共享的个体发生到群体实现的转变。其中,工作(专业)情境的研究主体多为组织员工的共享行为,商业化利用情境更关注顾客,而日常生活情境更聚焦意见领袖、典型个体等代表用户。

### 3.2.2 知识共享模式与机制研究

(1) 知识共享模式研究。社会化媒体环境下的知识共享模式是知识主体通过社会化媒体渠道构建的共享行为一般形式,此部分研究目前主要分两大类:一类是基于社会化媒体平台从知识需求者(包括社区、组织等知识共享主体)的视角构建知识共享的基本样式,用以更好地进行知识共享实践;另一类是针对不同场景下知识共享模式构建的需求,结合社会化媒体的应用特点,通过知识共享平台的搭建与实现,从中明确基于各类知识共享构成要素的一般模式。根据当前研究特点,并结合前文情境的划分,对此部分研究要点归纳列举如表5所示(商业化利用情境下知识共享模式的研究较少,此表中不列出)。

表5 不同情境的知识共享模式对比

研究类别	具体情境	要素选取	典型研究
第一类	工作(专业)情境	知识共享主体	①Web2.0环境下基于OntoWiki框架的移动知识共享模式 <sup>[21]</sup> ;②整合学术资源库、设立科研专题支撑平台、学术前沿讨论区等功能模块,完善社群知识共享的模式 <sup>[22]</sup>
	日常生活情境	知识共享主体	①基于大数据的虚拟社区知识共享模式 <sup>[35]</sup> ;②构建由网络社群知识共享组织模式、服务模式、成员模式、价值模式所组成的网络社群知识共享模式 <sup>[36]</sup>
第二类	工作(专业)情境	知识共享主体、知识共享客体、知识共享平台	①以社交媒体为工具构建分布式协作知识共享平台,明确石油装备制造企业领域的知识共享模式 <sup>[37]</sup>
	日常生活情境	知识共享主体、知识共享客体、知识共享平台	①从用户行为处罚,打造基于大学生群体情感需求的知识共享平台 <sup>[38]</sup> ;②构建面向知识共享的班导师社群知识库平台 <sup>[39]</sup>

可以看出,知识共享模式研究最大的差别在于构成要素的选取上,模式的构建可以仅基于共享主体,也可以基于共享主体与其他要素(包括知识共享客体、平台等)的结合,其本质均是试图探究知识共享实现过程的标准化。

(2) 知识共享机制研究。知识共享机制是实现知识共享的内在方式和途径,可有效促进与他人的知识共享。社会化媒体环境下,知识共享的过程需要通过相应的机制给予促发<sup>[26]</sup>,这种机制可以是系统、技术或者组织结构等。对此,李明等<sup>[16]</sup>认为可从社会、技术

影响等方面明确自发式网络知识共享影响机制；韩彦军<sup>[26]</sup>则从共享环境、知识协同、存储系统、共享平台等方面明确知识共享机制；刘臻晖<sup>[40]</sup>则认为虚拟社区知识共享机制可以从技术机制、信任机制、组织机制及激励机制等方面展开。总之，社会化媒体环境下的知识共享机制可以由若干子机制组合而成，通过包含其中的技术、环境等要素的相互组合与作用，保证了知识共享的顺利实现。为实现社会化媒体环境下快速而准确的知识共享，需要知识共享的支撑环境、存储系统，以及社交平台间形成有效的协同机制，以保障知识共享的发生与实现，使得知识能在其中顺利地吸收、传递与转移，进而最终实现知识的增值与创新。

关于社会化媒体环境下的知识共享机制研究，常规的做法是基于单一社交平台构建机制模型并提出研究假设，在此基础上对知识共享机制进行深入阐释，相关研究列举如表6所示。可以看出，工作（专业）情境、商业化利用情境下的知识共享研究较多，而涉及日常生活情境下的研究较少。这是因为，机制的建设要通过体制或制度的建设来实现，前两种情境下的知识共享多依托组织来完成，实现的场景氛围较为专业正规，需要搭建完整而严谨的机制来明确知识共享的实现途径，而日常生活情境下的知识共享多靠个人用户的内在意愿来激发，实现氛围较为轻松，需要先形成制度或体制的情况较少。

表6 不同情境的知识共享机制研究对比

具体情境	机制构建	典型研究
工作（专业）情境	运行机制、作用机制、影响机制等	①从共享环境、知识协同、存储系统等方面构建知识共享机制模型，探讨虚拟咨询团队知识共享的运行机制 <sup>[41]</sup> ；②提出新媒体环境下高校图书馆学科服务团队知识共享影响因素概念模型，明确知识共享作用机制 <sup>[42]</sup> ；③构建部门间协同机制与跨部门知识共享关系的理论模型，并提出相应的研究假设 <sup>[30]</sup>
商业化利用情境	共享机制、决策机制、运行机制等	①基于移动O2O模式建立以大众点评手机社区为例的知识共享机制 <sup>[43]</sup> ；②顾客知识共享的决策机制、运行机制、激励机制等 <sup>[44]</sup>
日常生活情境	机制影响	构建千聊软件信息传播的动力系统模型，并分析知识共享机制在互联网平台时间节点出现的可能性及合理性 <sup>[45]</sup>

### 3.3 社会化媒体环境下知识共享结果研究

社会化媒体环境下的知识共享结果可以从知识共享实现的效果、绩效或效率等方面来衡量，结合不同情境的考量，可以归纳该部分的研究列举如表7所示。

对于个人层面，无论知识共享是在哪种情境、基于何种目的产生，其结果可从是否得到知识创新能力、学习能力等方面的有效提升来衡量；对于团队（或社区）层面，涉及工作（专业）、商业化利用情境的研究较多，知识共享的结果多采用综合评价法来计算得出，评价

指标体系多基于研究场景、基础理论等方面来建立，从结果中可以明确知识共享的实现提升了团队成员的知识获取与接收能力，也加速了知识在团队内的流动；对于组织（或企业）层面，涉及工作（专业）情境的研究较多，多侧重在隐性知识共享的测度上，知识共享的结果多通过构建评价模型来计算，指标体系多从成员的知识储备量、共享意愿等方面来建立，从结果中可以明确高效的知识共享可以降低不必要的成本投入、带来相应的知识收益，为组织知识创新奠定基础，最终提高组织的竞争优势。

表7 不同情境的知识共享结果研究对比

具体情境	结果衡量	典型研究
工作（专业）情境	工作绩效指标体系、中心度等	①对员工知识量和共享意愿进行量化及相关性分析，以此明确企业内部隐性知识共享效率的测度方法 <sup>[42]</sup> ；②以社会网络结构与社会网络互动为测度指标，探讨不同共享模式对科研团队隐性知识共享结果影响 <sup>[18]</sup>
商业化利用情境	绩效评价指标体系	①从知识共享支持能力、知识学习维护能力、知识创新能力等方面构建销售环节知识共享的绩效评价指标体系，旨在完善下游的营销知识共享建设 <sup>[46]</sup>
日常生活情境	评价指标体系	①基于知识生态理论进行移动阅读用户知识共享效果评价 <sup>[27]</sup> ；②构建影响社交网络知识共享效果的概念模型，发现社会资本结构与知识共享质量相关等 <sup>[24]</sup>

## 4 研究评述与未来展望

本文基于本土文化视域对社会化媒体环境下的知识共享研究进行了文献梳理与归纳,得到了当前国内学者在该领域的研究内容、方法以及基本框架等研究进展。可以看出,社会化媒体的出现,一定程度上拓宽并延伸了人们对于知识的获取、传递以及分享的渠道,使得学者对于知识共享领域的研究有了新的认识与思考,对深化推动该领域的研究有着较为积极的作用。该领域当前研究主要呈现如下特征:①研究情境上,与传统知识共享研究更倾向于专业化情境不同,社会化媒体环境因其用户使用场景不受限、应用范围多为非正式场合等特点,使得知识共享研究情境较为多元,其中日常生活情境下的相关研究最多;②研究内容上,社会化媒体环境下知识共享研究主要针对“起因”“经过”“结果”中的某一环节开展研究,内容广度较之以往更为丰富,其中对知识共享的“经过”研究突破传统研究更着重组织层面知识共享实现的局限,将实现方式深入拓展到个体知识共享行为的探究,通过对微观用户知识共享行为的激发进而有效完成知识共享的群体实现;③理论上,与传统知识共享研究相似,社会化媒体环境下的知识共享研究也多侧重在社会学、管理学或者情报学等社科领域某一典型理论的单独应用;④研究方法上,社会化媒体环境下知识共享研究的数据收集与分析方法均较之传统研究更为多样,如新增运用网络数据爬取、大数据分析等热门方法,这符合社会化媒体环境下知识共享的实现更依赖互联网用户的特点。

基于上述对社会化媒体环境下知识共享研究文献的梳理,结合该领域当前的研究进展,分析可知未来研究会呈以下趋势。

(1) 研究视角呈多学科交叉融合趋势。组织行为学、社会学、情报学等的交叉融合可以更清晰地明确知识共享的动因、发生过程等,而进一步引入计算机技术,尤其是引入当前热门的区块链技术,可以更加有力地解释去中心化的知识共享运行机制等内容,这种跨学科的理论应用会为社会化媒体环境下知识共享更深层次的研究带来新的视野。

(2) 研究内容呈多层次趋势。研究内容不再过多集中于知识共享的起因、过程等某一环节的分析上,对知识共享全过程的整体把握与结果的定量描述将吸引更多关注。在保障知识的独立性和价值性的前提下,可

以将知识共享影响机理、知识传递规则、知识创新等内容以可编码化的形式直观地展现出来,使得人们更易理解知识共享各环节的目的与结果。

(3) 研究对象呈多样化趋势。随着各类知识共享平台的出现,该领域的研究对象将不再局限于某一种或某一特定的社会化媒体平台,将实现以多平台、跨平台等为研究对象的知识共享研究。

(4) 研究方法呈多元化应用趋势。社会化媒体的出现,本身就带动数据收集、分析方法等的转变,数据收集将从以调查问卷、访谈等单一方法为主的方式逐渐转为传统方法与数据挖掘技术的综合运用;分析方法将趋向于社会网络分析、动力传播学模型等方法的多元应用。

### 参考文献

- [1] 李昆. 新媒体环境下图书馆学科服务团队知识共享研究[D]. 长春: 吉林大学, 2016.
- [2] 唐晓波, 李新星. 社会化问答社区知识共享机制的系统动力学仿真研究[J]. 情报科学, 2018, 36(3): 125-129, 163.
- [3] 陈明红, 漆贤军. 社会资本视角下的学术虚拟社区知识共享研究[J]. 情报理论与实践, 2014(9): 101-105.
- [4] 郭宇. 基于信息生态视角的新媒体环境下企业知识共享研究[D]. 长春: 吉林大学, 2016.
- [5] 葛宝山, 崔月慧. 基于社会网络视角的新创企业知识共享模型构建[J]. 情报科学, 2018, 36(2): 153-158.
- [6] 黄林, 郑大庆, 黄丽华. 企业社交媒体影响组织知识共享的路径研究[J]. 图书馆学研究, 2019(7): 27-33.
- [7] 曹玲, 顾兵光. 社交网络情境下社会资本影响知识共享的效果分析[J]. 现代情报, 2018, 38(2): 41-47.
- [8] 耿瑞利, 申静. 不同文化视域下社交网络用户知识共享行为动机研究[J]. 中国图书馆学报, 2019, 45(1): 60-81.
- [9] 申冬冬. 社会化媒体下消费者参与知识共享研究[D]. 西安: 西安电子科技大学, 2015.
- [10] 彭昱欣, 邓朝华, 吴江. 基于社会资本与动机理论的在线健康社区医学专业用户知识共享行为分析[J]. 数据分析与知识发现, 2019, 3(4): 63-70.
- [11] 张鼎, 周年喜, 唐亚欧. 基于人际行为模型理论的知识社区共享行为研究[J]. 情报科学, 2014, 32(5): 63-67.
- [12] 邓灵斌. 虚拟学术社区中科研人员知识共享意愿的影响因素实证研究——基于信任的视角[J]. 图书馆杂志, 2019, 38(9): 63-69, 108.

- [13] 王楠, 张士凯, 赵雨柔, 等. 在线社区中领先用户特征对知识共享水平的影响研究——社会资本中介作用[J]. 管理评论, 2019, 31(2): 82-93.
- [14] 卢新元, 李杨莉, 李珊珊, 等. 社交媒体中用户知识分享对消费者购买行为的影响因素研究——以“小红书”为例[J]. 知识管理论坛, 2018, 3(5): 291-300.
- [15] 张敏, 向阳, 陆宇洋. 社会关系强度对大学生微信知识共享行为的影响分析[J]. 图书情报工作, 2015, 59(23): 50, 64-71.
- [16] 李明, 李晓鹏. 自发式网络个人知识共享影响因素模型实证研究[J]. 情报科学, 2014, 32(4): 109-113.
- [17] 潘玮, 王伟, 于跃, 等. 社会网络视角下企业内部隐性知识共享效率的测度方法研究[J]. 情报科学, 2014, 32(8): 134-139.
- [18] 张赟. 基于结构洞的科研团队隐性知识共享效果测度研究[J]. 图书情报工作, 2012, 56(6): 111-116.
- [19] 袁凌, 曹洪启, 张磊磊. 资质过高感对员工知识共享行为的影响: 一个被调节的中介模型[J]. 科技进步与对策, 2018, 35(22): 131-137.
- [20] 宁连举, 肖朔晨, 孙中原. 网络社群中顾客契合对知识共享行为的影响机理研究——基于顾客信任的中介作用[J]. 经济问题, 2018(7): 44-49.
- [21] 李晓艳, 刘柏嵩. Web2.0环境下物流企业知识共享模式研究[J]. 现代情报, 2013, 33(7): 38-41.
- [22] 钟克吟. 基于Wiki的高校科研知识社群的共享模式研究[J]. 肇庆学院学报, 2015, 36(3): 90-92, 96.
- [23] 耿瑞利, 申静. 社交网络群组用户知识共享行为动机研究: 以Facebook Group和微信群为例[J]. 情报学报, 2018, 37(10): 1022-1033.
- [24] 李林, 谢莉莉, 何建洪. 社会资本影响社交网络知识共享效果的实证研究——以“知乎”为例[J]. 科技进步与对策, 2017, 34(15): 127-135.
- [25] 范五三, 谢兴政, 官文娟, 等. 网络原住民知识共享行为驱动因素的实证研究——以在校大学生为研究对象[J]. 西南交通大学学报(社会科学版), 2019, 20(1): 81-89.
- [26] 韩彦军. 知识服务产业的知识共享机制研究[J]. 图书馆学研究, 2015(9): 39-45.
- [27] 崔伟. 移动阅读用户知识共享影响因素及效果评价研究[D]. 长春: 吉林大学, 2018.
- [28] 许超, 贺政凯. 个人差异如何影响知识共享行为——内在动机的多重中介作用[J]. 科技管理研究, 2019, 39(5): 153-158.
- [29] 李文元, 翟晓星, 徐芳. 人际关系动机对虚拟品牌社区知识共享行为的影响机制研究——一个被调节的中介模型[J]. 管理评论, 2018, 30(7): 89-99.
- [30] 常荔. 公共组织跨部门知识共享研究进展与展望[J]. 公共行政评论, 2018, 11(4): 142-159, 182.
- [31] 李力. 虚拟社区用户持续知识共享意愿影响因素实证研究——以知识贡献和知识搜寻为视角[J]. 信息资源管理学报, 2016, 6(4): 91-100.
- [32] 许林玉, 杨建林. 基于社会化媒体数据的学术社区知识共享行为影响因素研究——以经管之家平台为例[J]. 现代情报, 2019, 39(7): 56-65.
- [33] 施艳萍, 袁曦临, 宋歌. 社会化问答平台意见领袖的知识共享行为特征探析[J]. 图书情报知识, 2018(6): 103-112.
- [34] 陈晨. 价值共创视角下虚拟社区用户知识共享行为研究[D]. 西安: 西安电子科技大学, 2018.
- [35] 黄家良, 谷斌. 基于大数据的虚拟社区知识共享模式及体系架构研究[J]. 情报理论与实践, 2016, 39(2): 93-96, 107.
- [36] 郭宇, 王晰巍, 杨梦晴, 等. 基于扎根理论的网络社群知识共享模式研究[J]. 情报资料工作, 2018(4): 49-55.
- [37] 林向义, 邵强, 罗洪云, 等. 基于社交媒体的石油装备制造企业自主创新中的知识共享研究[J]. 现代情报, 2015, 35(5): 120-124.
- [38] 袁梓峰, 胡锦涛, 王然, 等. 基于微信公众平台的大学生知识共享平台的前景及可行性分析[J]. 时代经贸, 2019(1): 53-54.
- [39] 兰小红, 张鑫, 张莉. 面向知识创新的班导师社群知识库平台构建[J]. 知识经济, 2019(3): 130, 132.
- [40] 刘臻晖. 教育虚拟社区知识共享机制研究[D]. 南昌: 江西财经大学, 2016.
- [41] 江涛. 基于知识协同的图书馆虚拟咨询团队知识共享机制研究[J]. 情报理论与实践, 2013, 36(2): 72-75.
- [42] 张向先, 郭顺利, 李昆. 新媒体环境下图书馆学科服务团队知识共享影响因素及实证研究[J]. 图书馆学研究, 2017(13): 50-58.
- [43] 苏婉, 李阳春. 移动互联网O2O模式下顾客知识共享机制研究[J]. 情报理论与实践, 2016, 39(4): 89-92.
- [44] 刘琳. 价值共创背景下顾客知识共享机制研究[D]. 秦皇岛: 燕山大学, 2019.
- [45] 任艳秋, 孙海梦, 成楨, 等. 开放式互联网学习环境下线上线下知识共享机制研究——以“千聊”为例[J]. 电子商务, 2019(2): 41-44, 90.
- [46] 宋佳. 我国汽车企业销售环节知识共享绩效评价研究[J]. 知识经济, 2017(2): 89-90, 92.

## 作者简介

王泽蓊，女，1988年生，博士，讲师，研究方向：知识共享、信息管理，E-mail: wangzeheng@live.cn。

A Review of Domestic Knowledge Sharing Research in the Context of Social Media

WANG ZeHeng

( School of Economics and Management, Changchun University of Science and Technology, Changchun 130022, China )

Abstract: The emergence of social media has greatly enriched the way to accomplish knowledge sharing. Through the systematic analysis and in-depth discussion of relevant literature, this paper can provide reference ideas for the follow-up research of domestic knowledge sharing. Taking CNKI as the data source, it systematically reviews the literature on knowledge sharing under the social media environment from 2010 to 2019. By combing the research content, theoretical basis, research system and other aspects, this paper clarifies the research context, the characteristics, focuses of current field and differences of traditional research. On this basis, it points out that the future research will further develop in the fields of interdisciplinary integration, multi-level content research, diversified research objects, and diversified research methods.

Keywords: Social Media; Knowledge Sharing; Sharing System

(收稿日期: 2020-09-27)

## 书讯

# 《〈汉语主题词表〉构建研究》

《汉语主题词表》自1980年诞生以来，在我国情报检索语言发展历程中发挥了应有作用。作为国际上最为大型的综合主题词表，一方面体现了我国图书情报领域众多专家的集体智慧，带动了我国众多专业性汉语主题词表的编制与应用；另一方面提升了我国文献资源信息组织能力和水平，强化了中文文献的文档索引和查全查准率。2009年，中国科学技术信息研究所开始了《汉语主题词表》在网络环境下的改造与重修工作。《〈汉语主题词表〉构建研究》记录十年来新型《汉语主题词表》的探索经历与实践过程，主要表述汉语类主题词表的发展演变路径，记录《汉语主题词表》的历史作用与现实意义，展示新形势下《汉语主题词表》重构的框架、思路、流程和模式，归纳《汉语主题词表》构建中探索的标准规范、基础词库、协同编制平台和范畴体系，阐述概念建设、关系构建和范畴分类等核心构建业务，详述《汉语主题词表》服务系统。曾建勋等著的《〈汉语主题词表〉构建研究》，2020年由科学技术文献出版社出版。