

# 基于社会认知理论的企业内知识分享行为研究

廖成林,袁 艺

(重庆大学 经济与工商管理学院,重庆 400030)

**摘 要:** 利用社会认知理论建立知识分享的概念模型,分析了环境因素和个体因素对知识分享行为的影响,认为环境因素中的组织文化和领导者行为,个体因素中的自我效能、结果期望以及对结果和行为的自我评价,都将影响知识分享行为,而环境因素也会影响个体因素。建立适合知识分享的环境和提高员工自我效能,是促进知识分享行为的关键。

**关键词:** 知识分享;社会认知理论;自我效能

中图分类号:F270

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2009)03-0137-03

## 0 引言

在知识经济飞速发展的今天,知识对于社会的进步、经济的发展起着至关重要的作用。对企业来说,企业的竞争力和发展力很大程度上是依赖于企业对知识的获取能力、存储能力、传播能力、运用能力和开发创新能力。由此,知识管理的概念被提出。而知识分享是知识管理的最大障碍<sup>[1]</sup>,自愿与他人进行知识分享也并不符合人性<sup>[2]</sup>。因此,知识分享是整个知识管理的关键。

从前人的研究看,知识分享的障碍主要由几个观点来解释:①French & Raven<sup>[3]</sup>提出知识权力的观点:掌握知识即是掌握权力;外部激励会增加知识分享意图;②认知能力观点:员工对于知识的认知与能力差异会影响知识分享<sup>[4-5]</sup>;③组织文化的观点:组织文化会影响组织成员的行为即态度,所以一个组织的文化会影响知识分享成效<sup>[6-7]</sup>。

在研究方法上,除了传统的管理学方法外,越来越多的心理学和社会学的理论被应用到知识分享的研究中,包括社会交换理论<sup>[4]</sup>、理性行动理论<sup>[8]</sup>、计划行为理论<sup>[9]</sup>等。这些理论的应用使知识分享的研究有了更扎实的理论基础。

与上述理论相比,社会认知理论在解释知识分享问题上更有优势。一方面,该理论有很强的解释力,前人的诸多研究结论可以在该理论的框架下得到统一的解释和概括,从而形成一个整合的概念模型。例如,知识权利中外部激励的观点可以用社会认知理论中的结果期望来解释;认知能力观点可以用自我效能理论来解释;组织文化观点可以通过社会认知理论中的三元互惠交互作用来解释。另一方面,该理论作为心理学中一个成熟的理论,强调人的认知因素对行为的影响,这更符合知识分享的主体是人这一特

点。用社会认知理论的自我效能预测个人行为的能力也已经得到实证研究的证实<sup>[10]</sup>。

目前,利用社会认知理论研究知识分享的文献并不多见。本文试图利用社会认知理论的框架推导出企业内知识分享行为的概念模型。

## 1 理论框架

班杜拉(Bandura)的社会认知理论<sup>[11-12]</sup>提出“相互决定论”,亦即“三元互惠交互作用”。它认为个体、个体行为以及行为所处的环境之间不断进行着持续的相互作用,如图1所示。这里的个体主要指的是认知能力、自我调节能力等,这些能力使人们可以对环境和自己的行为进行调节和控制。人们的认知活动和他们的行为之间存在着因果关系。内在的思维活动和外部环境因素一起,决定着人们的行为。

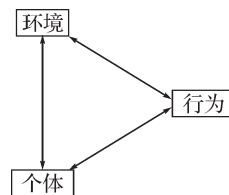


图1 三元互惠交互作用模式

## 2 概念模型的提出

本文将社会认知理论应用到企业内知识分享行为的研究上,建立概念模型,如图2所示。下面就该概念模型进行说明和分析。

### 2.1 知识分享行为

对于知识分享,尽管目前并没有统一的定义,但是很

收稿日期:2007-09-15

作者简介:廖成林(1958-),男,重庆人,博士,重庆大学经济与工商管理学院教授,硕士生导师,研究方向为企业管理、市场营销;袁艺(1983-),女,四川自贡人,重庆大学经济与工商管理学院硕士研究生,研究方向为风险投资与风险管理。

多学者从不同的角度对其进行了解释和描述。Hendrik<sup>[1]</sup>认为知识分享是一种沟通的过程。Davenport & Prusak<sup>[4]</sup>建立公式:知识分享=传送+吸收。Senge<sup>[13]</sup>以“学习”的观点来解释知识分享的过程。总而言之,知识分享就是知识的传播,即组织内员工通过各种途径,在组织内彼此交换、讨论知识,其目的在于通过知识的交流,扩大知识的利用价值。

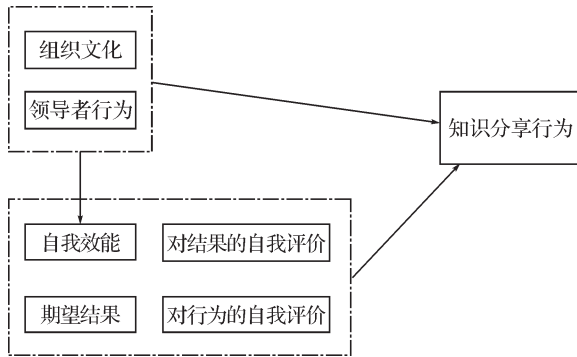


图2 基于社会认知理论的知识分享概念模型

## 2.2 环境

社会认知理论认为环境会对行为产生影响,同时也会影响个体。本文研究的范围是企业,因此对环境变量的选取应从企业的角度出发。组织理论认为组织文化是一个会影响组织成员行为的变量,组织的价值观具有指导成员行为的作用,是形成规范的重要依据<sup>[14]</sup>。罗宾斯(《管理学》)<sup>[15]</sup>认为领导工作是指导、影响下属努力工作以实现组织目标的过程;领导是一种影响力,使下属自觉地为实现组织目标而努力。所以,在这部分本文提出两个变量:组织文化和领导者行为。

### 2.2.1 组织文化对知识分享的影响

Gee-Woo Bock<sup>[8]</sup>认为当组织文化提倡公平,且鼓励创新和联系(affiliation)时,员工分享知识的意图会更强。Chung-Jen Chen & Jing-Wen Huang<sup>[16]</sup>认为提倡创新和合作的文化会间接影响到知识管理。I-Chieh Hsu<sup>[17]</sup>得出结论,主动学习,激励,以及创造一个信息泄露的分享环境有助于知识的分享。Davenport & Prusak<sup>[4]</sup>、Lee & Choi<sup>[18]</sup>都认为组织文化会推动知识管理的执行。因此,在对企业知识分享行为的研究中,组织文化是一个非常重要的因素。当组织呈现一种鼓励员工分享知识、鼓励知识创新、鼓励员工合作的氛围时,对知识分享行为是有利的。而当企业注重个人业绩,不提倡员工间的相互学习的时候会阻碍知识分享。

### 2.2.2 领导者行为与知识分享

I-Chieh Hsu<sup>[17]</sup>认为CEO的决策对激励员工知识分享作用很大。Davenport & Prusak<sup>[4]</sup>认为如果管理者成为知识分享的先行者会有利于知识管理的执行。吴奕廷<sup>[19]</sup>认为领导越强调工作目标达成,或越关心员工,就越会增加员工的知识分享意愿。由此可以认为领导者行为对知识分享有显著的影响。它是参加知识分享的员工所处环境的一个重要组成部分。对于知识分享行为的鼓励或以身作则,都会对员工行为产生积极的影响,使员工愿意进行知识分享。反之,如果领导者不鼓励这种行为,认为员工间的知识、信息的交流或相互学习对组织绩效不能起到促进作用,那么

知识分享行为将会受到阻碍。

## 2.3 个人因素(认知因素)

本研究在个人因素一项,根据社会认知理论和前人对于社会认知理论的应用研究,提出自我效能、期望结果、对结果和行为的自我评价3项变量。下面分别说明。

### 2.3.1 自我效能与知识分享

自我效能是一个人对自己能否在一定水平上完成某一活动所具备的能力判断、信念或主体自我把握与感受,是影响知识分享决策的重要因素<sup>[20]</sup>。班杜拉认为自我效能会对行动和周遭环境的选择产生正面或负面的影响。人很自然而然地会避免去做那些自己认为已经超出自己能力的事情,而去做那些认为可以达成、能力所及的事情。有的人,遇到困难的时候,会怀疑自己,甚至放弃。但是相对的,自我效能很强烈很正面的人,会更加努力地去克服所遇到的难题。所以自我效能也是一种对能力的自我评估<sup>[12]</sup>。本研究所提出的是知识分享的自我效能。处在企业中的员工是否认为自己具备传播新知识的能力;在知识分享过程中遇到困难时,是否有信心克服等,这些都是自己对知识分享能力的评估。它成为研究知识分享行为的一个不可忽视的因素。当个体对自己的知识分享充满信心的时候,自我效能会增加,从而促进知识分享行为;反之,当认为自己没有能力去分享传播新知识的时候,知识分享的自我效能也会降低,从而阻碍知识分享。

### 2.3.2 结果期望与知识分享

在社会认知理论中,结果期望指的是个体对自己行为的期望结果。结果期望由3个主要形式组成:身体结果(高兴、疼痛、不舒适等),社会结果(社会承认、金钱报酬等)和自我评估结果(自我满足、自我贬低等)。在每一种形式里,积极的期望都可以被看成是激励。因此,个体行为可以通过这些不同形式的结果来进行调节<sup>[15]</sup>。当期望报酬大于成本的时候,知识分享行为就会发生<sup>[21]</sup>。结果期望强调个体从行为中获得的好处,而Bock and Kim<sup>[22]</sup>通过实证研究证明了个体获得的好处在知识分享行为中会起激励的作用,成为一个促进因素。所以本研究认为只有在个体期望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。换句话说,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。

### 2.3.3 对结果和行为的自我评价与知识分享

很多已有的关于社会认知理论的应用研究在个体因素这一项,均认为自我效能和结果期望是社会认知理论的核心<sup>[22]</sup>。但是在社会认知理论中还有一个很重要的内容:对结果和行为的自我评价。

社会认知理论认为个体具有“自我指引能力,能够通过产生的结果对他们的观念、情感、行动进行控制”<sup>[11]</sup>。班杜拉认为在评价过程中,个体会对自己行为表现的有关方面进行自我观察,并对自己的实际行为表现与自我设定的内部行为标准之间的差距进行比较,依照自我确立的内部标准来调节自己的行为。如果达到标准,就以自我满足奖

励自己;反之,则以自我批评的方式惩罚自己。在没有产生所期望的行为时,个体会改变行为以确保获得成功。Lugger&Kraus<sup>[23]</sup>也认为分享者会关注对分享的知识进行评估,这些关注会增加对知识分享的渴望和理解。因此,在知识分享的认知过程中应该包含对结果和行为的自我评价这一过程。当这一评价认为知识分享行为是值得的,或者是满意的,比如使自己在同事中的地位得到提高,或者被上司重视,那么会增加知识分享的自我效能,会继续知识分享。如果其自我评价认为与自己的期望结果相差甚远,或者说与自我确立的内部标准有很大差距,则自我效能会降低,知识分享的动机也会减弱。

### 3 结语

综上所述,在本文的理论背景社会认知理论下,组织文化和领导者行为共同构成了环境变量,影响着个体行为和个体的认知;知识分享的自我效能、结果期望以及对结果和行为的自我评价,共同构成了个体因素中的认知过程和自我调节过程,它们对个体的知识分享行为产生直接影响。

社会认知理论在解释个体的行为时认为行为是由认知控制,同时亦会受到环境的影响。对于企业来说,要增加个人在企业中的知识分享就要创造一个提倡知识分享的组织文化,并且领导者应该鼓励员工进行知识分享,甚至以身作则,成为一个先行者。环境的改变除了对行为产生直接影响外,也会影响个体的认知。有利于知识分享的组织文化的构建和领导者行为的改变,也会增加个体的自我效能。自我效能的高低直接影响到知识分享行为,是员工进行知识分享行为的风向标。自我效能高,则知识分享更易进行,反之,则会阻碍知识分享。因此,提高员工的自我效能是关键。

社会认知理论是一个内容丰富、发展成熟的理论,除本文涉及的内容外,仍有不少新的议题值得探讨,新的领域有待开拓,如“观察学习”的观点等。另外,对本文提出的概念模型进行实证检验,也是未来研究方向之一。

#### 参考文献:

- [1] HENDRIKS, P. Why share knowledge? The influence of ICT on the motivation for knowledge sharing [J]. Knowledge and process management, 1999, 6(2): 91-101.
- [2] DAVENPORT, T.H. Ten principles of knowledge management and four case studies [J]. Knowledge and process management, 1997, 4(3): 187-208.
- [3] FRENCH, J.R.P., JR., & RAVEN, B. "The bases of social power" [J], In D. Cartwright (Ed.), Studies in Social Power, 1959: 150-167. Ann Arbor, MI: Institute for social research.
- [4] DAVENPORT, T.H. & PRUSAK, L. Working knowledge: how organizations manage what they know [J]. Boston: Harvard Business school press, 1998.
- [5] O'DELL, C. Knowledge transfer: Discover your value proposition [J]. Strategy and leadership, 1999, 27(2): 10-15.
- [6] RUGGLES, R. The state of notion: Knowledge management in practice [J]. California Management Review, 1998, 40: 80-89.
- [7] STAPLES, D.S. & JARVENPAA, S. L. Using electronic media for information sharing activities: A replication and extension [J]. International Conference on Information Systems, 2002.
- [8] GEE-WOO BOCK, ROBERT W ZMUD, YOUNG-GUL KIM, JAE-NAM LEES. Behavioral intention formation in knowledge in knowledge sharing: examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate [J]. MIS Quarterly, 2005, 29(1): 87-111.
- [9] SEEWON RYU. Knowledge sharing behavior of physicians in hospitals [J]. Expert Systems with Applications, 2003 (25): 113-122.
- [10] WOOD, ROBERT; BANDURA, ALBERT. Social Cognitive Theory of organizational management [J]. Academy of management. The academy management review, 1989, 14(3).
- [11] A. BANDURA. Social foundation of thought and action: A social cognitive theory [J]. New York: Prentice Hall, 1986.
- [12] A. BANDURA, A. Social Learning theory [J]. Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall, 1977.
- [13] SENGE, P.M. Sharing knowledge [J]. Executive Excellence, 1997, 14(11): 17-18.
- [14] HARRISON M. Trice and Janice M. Beyer. The Cultures of Work Organizations [J]. New Jersey: Prentice-Hall, Inc, 1993.
- [15] 斯蒂芬·P·罗宾斯. 管理学 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2003.
- [16] CHUNG-JEN CHEN, JIN-WEN HUANG. How organizational climate and structure affect knowledge management - The social interaction perspective [J]. International Journal of Information Management, 2007 (27): 104-118.
- [17] I-CHIEH HSU. Enhancing employee tendencies to share knowledge - Case studies of nine companies in Taiwan [J]. International Journal of Information Management, 2006(26): 326-338.
- [18] CHOI B, LEE H. An empirical investigation of KM styles and their effect on corporate performance [J]. Information & Management, 2003, 40: 403-17.
- [19] 吴奕廷. 主观领导风格、员工知识分享意愿与组织知识创造绩效关联性之研究 [D]. 长荣管理学院经营管理研究所硕士论文, 2002.
- [20] MENG-HSIANG HSUA, TERESA L. JUB .ET, AL. 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.
- [21] CONSTANT, D. KIESLER, & 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.
- [22] G.W. BOCK, Y.G. KIM, Breaking the myths of rewards: an exploratory study of attitudes about knowledge sharing [J]. Information Resource Management Journal, 2002, 15(2): 14-21.
- [23] LUGGER, K. M., & KRAUS, H. Mastering human barriers in knowledge management [J]. Journal of Universal Computer Science, 2001, 7(6): 488-497.