

论知识分享的七大研究视角

汪 轶¹, 谢荷锋², 王 凯¹, 徐 青¹

(1. 浙江大学 管理学院, 浙江 杭州 310058; 2. 南华大学 经济管理学院, 湖南 衡阳 421001)

摘要: 知识分享是知识管理的重要分支。文章提出知识分享存在以“技术”为中心和以“人”为中心两种研究范式。以这两种范式为框架, 从沟通、工具、互动、学习、权力、市场和社会交换7个视角, 对已有的知识分享研究进行综述; 最后对知识分享研究的发展趋势进行展望, 指出知识分享将从独立的以“技术”为中心的研究方式中解放, 并将更加注重对个体层面和文化问题的研究

关键词: 知识分享; 知识管理; 视角; 范式

中图分类号: F062.3 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-5831(2008)05-0048-06

一、引言

1996年, 经济合作与发展组织(OECD)在《以知识为基础的经济》研究报告中提出:“知识能够促进生产力不断提高, 推动经济长期、稳定地增长”, 世界“已经进入知识经济时代”。“知识经济”的到来迅速推动“知识管理”成为学术界、商业和科技领导的炽热议题, 正如彼得·德鲁克在《大变革时代的管理》中所阐述的那样, “知识已经成为关键性的经济资源和支配因素, 也许是唯一的比较优势的来源”。

学术界把知识管理的研究分为8大内容: 知识定义、知识获取、知识选择、知识储存、知识分享、知识运用、知识创造、知识销售。针对这些内容的研究并非完全孤立, 而是相互影响和渗透, 而对知识分享的研究更是成为知识管理的主流^[1]。知识分享的魅力正在于知识的关联性——它存在于多重经验和多重视角的认识集成以及知识分享对组织行为的杠杆作用——那些不能产生行动的信息绝不是知识。这恰恰是知识分享所面临的挑战: 从多个视角解读知识分享, 并且探讨如何实现有效知识分享的方法。笔者在文献基础上归纳出知识分享的7大研究视角, 简单评述知识分享研究视角的特点, 并提出了知识分享的未来研究方向。

二、知识分享研究的范式与视角

关于知识分享的研究, 存在2类明显不同的研究范式: 其一, 以“技术”为中心的研究范式, 包括沟通视角和工具视角; 其二, 以“人”为中心的研究范式^[2], 在以“人”为中心的研究范式中, 又可进一步区分为“人际互动”和“人际关系”两类子研究范式, 包括互动视角、学习视角、权力视角、市场视角和社会交换视角(图1)。

三、以“技术”为中心的知识分享研究

(一) 知识分享的沟通视角

Hendriks 提出用沟通看待知识分享。从沟通视角研究知识分享的特点在于: (1) 把知识分享定义为沟通, 认为知识拥有者和接受者的积极沟通带来知识分享; (2) 知识接受者分享他人知识的过程是一个学习过程, 必须带有重建的行为^[3]。

收稿日期: 2008-03-15

基金项目: 国家博士后基金项目“浙江省制造业自主创新现状和提高能力对策研究: 知识创造视角”(07WHDD013Z)

作者简介: 汪轶(1982-), 男, 安徽绩溪人, 浙江大学管理学院管理科学与工程博士研究生, 主要从事知识管理、社会资本研究。
欢迎访问重庆大学期刊网 <http://qks.cqu.edu.cn>

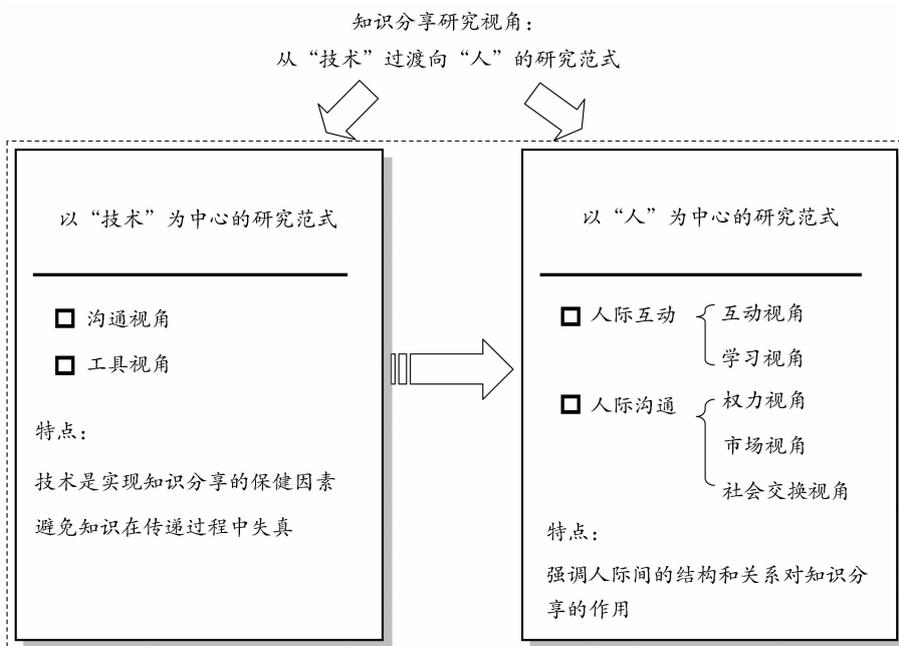


图1 知识分享研究视角

Hendriks 把知识分享分解为 2 个子过程:外在外化过程和内在化过程。外在外化过程是指知识拥有者有意识地将目标知识转化为适宜于重构的形式,如符号、公式、模型、蓝图等的过程。知识接受者通过内在化过程,如边做边学、阅读书籍、尝试了解知识库里的知识等,重构上述知识,将外在外化知识最终转化为“自己的”知识。

在沟通视角下的知识分享,必须具备几方面要素:沟通的知识、沟通的技巧以及编码知识和解码知识的能力,不少学者把研究重心转向沟通中的媒介^[3-4],由此衍生出知识分享的工具视角。

(二) 知识分享的工具视角

知识分享的工具视角从沟通视角演化而来,它更为关注沟通媒介物的形式对知识分享的影响,目的是要解决知识分享过程中的沟通壁垒,促进双方的知识分享。

IT 技术是工具视角重点研究的对象,研究特点在于提出完整的知识管理体系应具备哪几方面技术特性。Newell 等把组织信息技术分为通讯基础设施建设、社群软件及电子邮件、文件管理数据库、数据储存及数据采撷、工作流程软件和决策支持软件工具 6 方面^[4]。他们认为,好的知识管理体系必须具有优良的数字能力、储存能力、修补取回能力与区别外显知识的能力。打造组织的信息沟通技术,受到学者从管理信息系统角度的关注和研究^[5]。

Dixon 进一步扩充知识分享的工具观,认为知识分享是组织成员通过各种工具和程序进行分享,分享的工具不单是 IT 技术,还可以包括实务研讨会、团队等平台^[6]。知识分享的形式扩大为人际化知识分享和编码化知识分享^[7]。人际化知识分享是指个体间直接交流分享知识,如通过团队活动、研讨会和论坛、电话和视频会议、茶水间和谈话室等口头方式分享知识^[8-10]。在这里,IT 技术帮助人们交流知识

而非储存知识。编码化知识分享不仅通过数据库、电子邮件、社群软件^[6]等 IT 技术,还可以通过文字、报告和手册等传统方式对知识编码^[11],存放在组织中方便组织员工使用。IT 技术的作用在于编码知识、把编码知识存储于数据库以方便全体成员使用。

四、以“人”为中心的知识分享研究

(一) 知识分享的互动视角

日本学者 Nonaka 和 Takeuchi 提出对知识分享研究产生重大影响力的互动视角。在该视角下,知识根据认识论分为外显知识和内隐知识,而根据本体论分为个体知识和组织知识。理论的核心肯定了个体知识是组织知识的基础,只有个体才能够创造知识,由此提出从个体角度研究知识分享,认为知识创造是透过内隐知识和外显知识的互动过程不断转换所产生。Nonaka 和 Takeuchi 提出著名的“SECI”模型,把知识互动转换过程分为共同化、外化、结合化和内化 4 个子过程,并认为这个过程如同一个持续不断的螺旋,称之为“知识螺旋”^[12]。在知识分享过程中,个体需要具备共同化、外化、结合化和内化 4 种不同的能力,才能促进有效的知识分享。

后来的学者对 SECI 模型展开一系列实证研究。Kidd 访谈了 13 家在意大利的日意合资企业,重点研究这些企业在知识创造 4 阶段的执行程度,发现企业通过一系列活动和措施促进知识创造,而在 4 个过程中不同程度的活动和措施决定了知识创新的成败^[13]。Becerra - Fernandez 和 Sabherwal 以 SECI 模型中个体的知识创造能力为核心,实证个体知识创造能力和知识管理满意度的关系,发现个体的结合和外化能力对其知识管理满意度具有正向影响^[14]。台湾学者王思峰、黄家齐和郑俐敏研究 SECI 模型 4 阶段中个体的知识转移能力对团队绩效的影响^[15],研究发现,具有较高知识转移能力个体,其整个团队表现出较高的知识创造绩效和学习绩效,知识转移

能力对创新和知识分享具有显著正向影响。

(二) 知识分享的学习视角

Senge 从学习的角度诠释知识分享的内涵^[16]。他在研究中指出,“信息分享”与“知识分享”具有不同含义,就“信息分享”而言,个人可以如同“取得”其他的资产一样“取得”信息,因为信息起源于某处,在传播通道中移动,最后到达接受者。但“知识分享”则不然,Senge 认为知识是一种“有效行动的能力”,因此真正的知识分享并不是一个取得的动作,而是一种学习,是一种使他人“获得有效行动力的过程”。学习视角的研究有 3 类取向:一是规范化取向,强调只有在某些条件下个体才会学习,侧重状态的分析;二是发展取向,研究学习风格的变化;三是能力取向,关注学习能力强弱的影响。

Senge 提出学习的概念,并首次将知识接受方纳入知识分享的研究框架,使得学者们把研究重心放在接受者和拥有者的互动关系上,开始关注知识分享的人际互动,将互动关系的研究与社会网络理论很好地结合在一块,扩展了对知识分享的研究。Garnovetter、Burt 等学者从社会网络结构描述个体间的互动行为^[17-18]。Garnovetter 提出著名的“弱联系”理论,用联系强弱定义人际间的网络结构,并认为弱联系传递异质性高的信息,因而能够显著影响知识分享的效果。也有学者提出“强联系”理论,他们实证了个体间缺乏直接关系和大量的交流是影响知识分享的重要原因^[19-21]。Burt 对此提出不同看法,他认为个体在网络中占据的位置影响知识分享的效果,如果个体占据了网络中的结构空洞,即联系着相互之间没有直接联系的 2 个个体,他就获得了这种状态赋予的信息和控制优势。

(三) 知识分享的权力视角

权力视角的特点在于它把私有知识看作一种权力资源,基于私人知识知识分享在促使组织内知识流动的同时,对人际间的权力关系进行分配,最终形成的一方影响另一方的能力。French、Raven 和 Kruglanski 探讨了权力的类型,提出 6 种影响知识分享的权力类型:(1)强制权,基于恐怖的力量;(2)奖赏权,源于分配有价值事物的能力;(3)合法权,来自组织中职位或角色所拥有的正式职权;(4)专家权,个人所拥有的特殊技能与知识的影响力;(5)参考权,对于特定人的肯定、推崇和人格魅力,而愿以其行为态度作为自己追随的模范;(6)信息权,拥有他人认为有价值的信息^[19]。

从知识拥有者角度看,通过知识分享,知识拥有者可以影响、支配他人的行动。另一方面,知识拥有者的知识分享可能会导致其丧失在组织中的权力和地位,此时知识分享即意味着权力的分享和丧失。Brown 和 Woodland 把这 2 种效应分别定义为:控制效应和防卫效用。对知识接受者来说,在进行寻求帮助时,个人关于组织中权力和地位的顾虑,也可能成为阻碍该行为发生的主要因素。因为接受他人知识的援助,可能给组织和同事留下无能和依赖他人的印象,从而导致个人在组织中的声誉和权威受到

影响^[2]。

(四) 知识分享的知识市场视角

知识市场视角把知识分享看作知识市场的概念,知识被定义为一种独特的、可以被独占的资源,是构成企业组织和个人竞争优势的核心竞争力。Davenport 和 Prusak 率先提出以知识市场的观点来看知识分享^[8]。他们从知识拥有者的角度来衡量知识分享的意愿,认为在组织中知识分享存在“市场”的概念,无论组织的运作状况如何,知识都在组织中到处流动,并受到“市场力量”的推动。“市场力量”是指知识的需求者和知识的拥有者以及两者之间所形成的关于知识的交易关系。对知识需求者来说,寻求知识,是因为他们渴望知识能够协助他们完成工作,提高工作效率,特别是当人们面对不确定性的环境时,尤其想获得知识,而知识的拥有者通过知识分享,从中得到利益。进一步,Davenport 和 Prusak 归纳出知识拥有者在知识市场中可能获得的利益,这些利益极大影响了知识分享的行为和效果:(1)互利主义,因为一个人拥有的时间、精力与知识是有限的,除非有利可图,否则人们通常不愿与他人分享工作上竞争性的资源;(2)声誉,知识拥有者通常希望塑造出“有智之士”的形象,他们愿意和同事分享其所拥有的宝贵知识。共享知识时,提供者不但丰富了接受者的知识,同时仍保有本身的知识,也可能因此而增加升迁的机会;(3)利他主义,有些人本性上就具有积极热心公益的性格,乐于将知识分享给他人,而不求回报。

也有学者提出,知识分享与知识市场是相对的两个概念。知识不单可以视为私有物品,由于它具有非排他性而具备公共品的属性。Aspremont 等学者研究 R&D 项目中知识分享的内在动机后指出,为了合作与交流的需要,某些知识将成为公共品以促进 R&D 项目的成功^[22]。林惠岳、李林芳的研究表明,为解决上述矛盾,可以通过两种方式来生产知识:一是知识产权,二是知识分享^[23]。这些学者主张,知识市场视角是用一种市场化的生产方式生产知识,明确了产权边界,因而知识生产与知识消费分离。知识分享则相反,它用非市场化的生产方式生产知识,突破主客体的产权边界,实现生产与消费的直接合一。

(五) 知识分享的社会交换视角

社会交换视角从个体行动者动机的角度解释知识分享。Simmel 在理论研究中把社会交换看作一连串的行为,交换的出发点源于个体均倾向于尝试最大化他们的报酬及最小化他们的成本,且当个体从他人得到报酬时,他们会觉得有义务要回报。Emerson 寻求关于基本交换过程的形式社会学^[24],并将其引入知识分享领域。他将社会交换关系划分为 3 种形态:第一种为谈判或协商交易,双方在有条件之下彼此进行交换。第二种为赠送礼物或执行某种利他的行为,较强调一方的贡献,另一方是否有回报行为则只能取决于对方。第三种形态较之单方面的利他行为更上一层,强调个体行动者间建立合作型的交

换关系。埃默森认为知识具有可以无限次使用的特性,当一方将知识与另一方交流时,其心中预期能得到同样的响应或报酬,个体的心理预期影响了知识分享的效果^[25]。

社会交换视角认为个体进行知识分享是一种交换行为,行为产生受到个体动机及其期望回报的影响,包括他人对自己的肯定与欣赏,获得升迁机会,或是受责任感的驱动而将知识分享给他人,并期望分享的行为日后将获得回馈,让知识受惠者未来回馈重建或创新的知识与信息^[8]。Garnovetter认为,个体间的交换行为往往嵌入在社会关系结构中。Blau指出,社会交换不同于经典的经济交换,它赋予交换双方并不需要预先保证的“非特定”义务,只有社会交换,而非纯粹的经济交换,能使人产生义务、感激和信任感^[2]。由此,多数学者承认在知识分享过程中的确存在利他主义和合作行为,而当组织中的个体在分享知识中考虑未来对方将会以何种形式回馈时,对于对方的“信任”问题得以发生。而正是“信任”问题的研究,构成社会交换视角下知识分享最主要的研究内容。越来越多的学者聚焦“信任”问题对知识分享进行研究,特别是信任在知识分享中的中介效应研究,Tsai和Ghoshal实证发现,结构维度和认知维度不仅直接与资源交换和组合决策发生关系,而且通过影响关系维度,即信任和可信性,影响知识资源的交换^[26]。Levin和Cross实证表明,信任是个体间进行有用知识分享的干预变量,基于能力信任更有利于有用知识的吸收^[27]。

五、知识分享研究视角评述

自20世纪90年代以来,知识作为企业竞争优势的一种重要资源,受到理论界关注。有关知识分享的研究中又因为其独特的研究视角和实践意义,成为知识管理中热点研究问题。上述7类知识分享的研究视角,涵盖了近年来研究知识分享的切入点和研究内容,形成以“技术”为中心和以“人”为中心2种研究范式,其中以“人”为中心的研究进一步又可分为“人际互动”和“人际关系”2类子研究范式。需要指出的是,不同视角下的知识分享研究,研究内容和研究边界并不是非常清晰,而是相互影响、相互渗透、相互借鉴,呈现交叉融合的趋势。下面对7类研究视角做一小结。

关于知识分享的“技术”研究范式起源于沟通视角的研究,Botkin认为知识分享是网络管理模式的核心所在,分享知识就是沟通,换言之,IT技术是为了达成以知识分享为核心的沟通而存在,它的服务对象即为知识分享^[10]。在Hendriks所提出的沟通视角研究中,他把IT技术看作是实施知识分享的必要条件。沟通视角对知识分享的研究,重点分享在于如何克服沟通壁垒,如社会差距、文化、语言、概念框架、思维模式等,避免知识在传递过程中失真,以促进分享双方的沟通,IT技术并不是研究关注的最主要内容。沟通视角提出了知识分享的“技术”具有何种作用的命题,这一命题在后来的工具视角中得到充分研究和发展。

工具视角密切关注IT技术在知识分享中的运用,把IT技术视为组织知识分享中不可或缺的保健因素。工具视角从技术角度阐述在组织中实施知识分享应当具备的能力,并探讨不同的技术能力对知识分享的影响^[3-4,28-29]。工具视角下的知识分享被分为2种模式:编码化和人际化知识分享模式,共同探讨借助不同工具、形式对知识分享所带来的影响。学者对工具视角的研究一致认为,IT技术在知识分享中仅属于必要条件,它并不是知识分享意愿和效果的充要条件。聚焦技术和工具的使用效果,是知识分享工具视角独特的视点,这使得以“技术”为中心的范式侧重技术沟通能力的研究,把技术看作促进知识分享的保健因素,换句话说,以“技术”为中心的研究范式尚未对如何实施知识分享提出整体解决方案。

以“人”为中心的研究者尝试从知识分享的主体——“人”来解释知识分享的内在成因。互动和学习视角关注组织中人际接触和互动,它的核心概念在于个体如何通过和他人、和组织的互动行为,获得知识分享的实际效果。互动视角下知识创造是通过知识互动转换的4个过程^[12],把个体的知识分享和组织内部互动结合起来,促进了个体和组织知识的创造。学习视角的代表人物Senge的研究使得后来的学者把研究重点放在知识分享过程接受者和拥有者的互动结构上,衍生出社会资本理论对知识分享的研究。无论是互动视角还是学习视角,以“人际互动”为中心的研究范式提出互动的观点看待知识分享,却并未就有助于个体互动的关系展开深入研究,留下巨大的需要进一步探索的空间。

知识分享视角的另一派学者从“人际关系”的角度思考知识分享问题,他们或者将知识视为一种商品、一种权力,或者把知识分享当作一种交换行为,而隐藏在一系列知识分享幕后的正是个体出于“人际关系”的权衡。权力视角下,分享知识受个体对于他人的控制关系和防卫关系的影响;市场视角下,互利、声誉、利他主义等个体因素影响知识分享的程度和效果;社会交换视角把个体关系中的利他主义和合作行为看作知识分享的重要影响因素,并以人际信任关系为切入点,探讨个体与个体间建立何种关系能有效促进知识分享。以“人际关系”为中心的研究范式结合社会心理学,成为知识分享研究中日趋重要的内容。

六、知识分享未来研究展望

进入21世纪,知识将取代资本、劳动力,并形成以全球化竞争和组织反应能力的快慢来主导成败的一个知识经济体系。在上述背景下,知识必然是21世纪组织竞争最重要的战略资源。作为组织知识管理核心内容的知识分享研究,在新世纪面临新的发展,其趋势表现在如下几个方面。

(一)知识分享已从独立的以“技术”为中心的研究范式中解放

知识分享运用的信息技术早已从最初的文本检索、文件管理系统转向门户网站、在线学习、B2B等

电子商务技术过渡,但“技术”研究范式的创始人 Hendriks 始终认为 IT 技术在知识分享中仅属于必要条件,它并不是知识分享意愿和效果的充要条件。他强调信息技术对知识分享有直接(视为保健因素)与间接(通过影响激励因素)的影响,信息技术可以发挥去除障碍、提供信息和知识获取通道、改进流程、存储知识等 4 项功能。换言之,信息技术是组织实施知识分享的一项保健因素,通过影响其他因素来影响知识分享,没有信息技术将会阻碍知识分享的过程,这点在跨国公司的全球化管理中显得尤为突出。

(二) 知识分享更为注重对个体层面的研究

近年来学者们所关注的以“人”为中心的研究范式强调了人际互动和人际关系对知识分享的影响。人际互动最重要的理论贡献在于它将知识拥有者和接受者的互动纳入研究框架,承认知识分享是一个流动的过程,强调双方在分享过程中都能有所收获,单纯的“分享知识——接受知识”的模式并不存在。人际关系针对知识分享中的“利他主义”特征,主要关注个体的心理因素和动机,如人际间的社会关系对知识分享的影响,信任关系是这当中最受学界关注的内容。近年来学者们纷纷从社会资本的角度研究知识分享,关键原因是社会资本被定义成结构维度、关系维度和认知维度,而结构维度、关系维度与知识分享的人际互动、人际关系的内容不谋而合,学者的研究在于探讨网络结构、信任对知识分享的影响以及两者之间的作用关系。

(三) 文化问题是知识分享研究的新热点

正如凯恩斯所说“最大困难不在于劝说人们接受新理念,而在于说服人们放弃旧观念”,文化视角日益成为研究知识分享的热点问题之一。有效的知识分享不能缺乏行为、文化和组织上的广泛变革,组织中必须形成有利于知识分享的组织文化和学习型组织,学者 McDermott 和 O' Dell、Heisig 和 Vorbeck 从组织文化角度出发,探讨知识分享的成败经验^[30]。但是,文化概念大而宽泛,难以聚焦和测量,目前多数学者选取组织氛围、领导风格等视角研究其对知识分享的影响。如何进一步深入系统化的研究组织文化,对知识分享的理论研究提出了新的挑战。

参考文献:

- [1] GOH S. Managing effective knowledge transfer: an integrative framework and some practice implications [J]. *Journal of Knowledge Management*, 2002(1): 23 - 30.
- [2] 谢荷锋. 企业员工知识分享中的信任问题实证研究 [D]. 博士学位论文, 浙江大学, 2007
- [3] HENDRIKS P. Why share knowledge? The influence of ICT on the motivation for knowledge sharing [J]. *Knowledge Process Management*, 1999, 6(2): 91 - 100.
- [4] NEWELL A, et al. The Knowledge Level [Z]. *Artif Intel*, 1999.
- [5] 李涛, 谢伟, 徐彦武. 基于信息技术的组织内知识共享动机的研究 [J]. *情报学报*, 2004, 23(3): 275 - 281.
- [6] DIXON N. Common knowledge: how companies thrive by sharing what they know [M]. Boston: Harvard Business School Press, 2000.
- [7] HANSEN T, NOHRIA N, TIEMEY T. What's your strategy for managing knowledge? [J]. *Harvard Business Review*, 1999, 77(2): 106 - 116.
- [8] DARVENPORT T, PRUSAK L. Working knowledge: How organizations manage what they know [M]. Cambridge, MA: Harvard Business School Press, 1998.
- [9] ALMEIDA P, SONG J, GRANT R. Are firms superior to alliances and markets? An empirical test of cross - border knowledge building [J]. *Organization Science*, 2002, 13: 147 - 161.
- [10] 张宁. 咨询项目中知识共享的影响因素研究 [D]. 硕士学位论文, 北京林业大学, 2006.
- [11] TRURAN W. Pathways for knowledge: How companies learn through people [J]. *Engineering Management Journal*, 1998, 10(4): 15 - 20.
- [12] NONAKA I, TAKEUCHI H. The Knowledge - Creating Company [M]. Oxford University Press, 1995.
- [13] KIDD J. Knowledge creation in Japanese manufacturing companies in Italy: Reflections upon organizational learning [J]. *Management Learning*, 1998, 29(2): 131 - 146.
- [14] BECERRA - FERNANDEZ I, SABHERWAL R. Organizational knowledge management: A contingency perspective [J]. *Journal of Management Information Systems*, 2001, 18(1): 40 - 42.
- [15] 王思峰, 黄家齐, 郑俐敏. 团队知识转换与知识创造的实验研究: 知识螺旋理论的验证 [J]. *管理与系统*, 2002, 9(1): 78 - 86.
- [16] SENGE P. Sharing knowledge [J]. *Executive Excellence*, 1998, 15: 11 - 12.
- [17] GARNOVETTER M. The strength of weak ties [J]. *American Journal of Sociology*, 1973, 78(6): 1360 - 1380.
- [18] BURT R S. Structural Holes: The Social Structure of Competition [M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.
- [19] HANSEN M T. The search - transfer problem; The role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits [J]. *Administrative Science Quarterly*, 1999, 44: 82 - 11.
- [20] UZZI B, LANCASTER R. The role of relationships in inter-firm knowledge transfer and Learning: The case of corporate debt markets [J]. *Management Science*, 2003, 49(4): 383 - 399.
- [21] REAGANS Ray, McEVILY Bill. Network Structure and Knowledge Transfer: The Effects of Cohesion and Range [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2003, 48: 240 - 267.
- [22] ASPREMONTE C, BHATTACHARYA S. Knowledge as a Public Good: Efficient Sharing and Incentives for Development Effort [J]. *Journal of Mathematical Economics*, 1998, 30(4): 389 - 404.
- [23] 于鹏. 跨国公司内部的知识转移研究 [D]. 博士学位论文, 山东大学, 2006.

- [24] WANG Y, WANG K. Study on exchange relationship between government and non - governmental organization [C]. Proceedings of 2006 International Conference on Public Administration, 2006; 110 - 115.
- [25] 富立友. 基于知识共享的组织文化研究[D]. 博士学位论文, 复旦大学, 2004.
- [26] TSAI W, GHOSHAL S. Social capital and value creation: An empirical study of intra - firm networks [J]. Academy of Management Journal, 1998, 41(4): 464 - 476.
- [27] LEVIN D, CROSS R. The strength of weak ties you can trust: The mediating role of trust in effective knowledge transfer [J]. Management Science, 2003, 50(11): 1477 - 1490.
- [28] ERIKSSON I, DICKSON G. knowledge Sharing in High Technology Companies [C]. Proceedings of Americas Conference on Information Systems, 2000, 62(1): 1330 - 1335.
- [29] SUNDARESAN S, ZHANG Z. Facilitating knowledge transfer in organizations through incentive alignment and IT investment [C]. Proceeding of the 37th Hawaii International Conference on System Science, 2004: 1 - 10.
- [30] 宝贡敏, 徐碧祥. 国外知识共享理论研究述评[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2007(2): 43 - 39.

Two Paradigms and Seven Respects of Research on Knowledge Sharing

WANG Yi¹, XIE He-feng², WANG Kai¹, XU Qing¹

(1. School of Management, Zhejiang University, Hangzhou 310058, China;

2. School of Economics and Management, Nanhua University, Hengyang 421001, China)

Abstract: Knowledge sharing is one of the important branches of knowledge management. Two research paradigms are put forward in this paper, which are known as technology - centered and human - centered paradigm. Under such framework, this paper reviews the existed research on knowledge sharing from seven perspectives, which are communication, tool, interaction, learning, power, market and social exchange. Finally, three directions of knowledge sharing research are put forward. Those are revolution from the technology - centered paradigm only, paying more attention to individual level and taking culture into account.

Key words: knowledge sharing; knowledge management; perspectives; paradigm

(责任编辑 傅旭东)

更正说明

学报 2008 年第 1 期文章《人力资本对经济增长的作用机理分析》,由于作者在整理文献时有所疏漏,特补充以下参考文献,并已在电子版上更改:(1)张其春,郝永勤. 区域人力资本与产业结构调整互动关系. 现代经济探讨,2006(8):16 - 18. (2)张其春. 福建省人力资本与产业结构调整互动关系研究,福州大学,2006.