

Web2.0 Wangluo Huanjing Xia Zuzhi Zhishi Gongxiang Yu
Chuangxin Yanjiu

Web2.0网络环境下组织知识 共享与创新研究

◎ 员巧云 / 著



经济科学出版社
Economic Science Press

国家自然科学基金面上项目（项目批准号：71272144）
教育部人文社会科学研究青年基金项目（项目批准号：
10YJC870044）

Web2.0 网络环境下组织 知识共享与创新研究

员巧云 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

Web2.0 网络环境下组织知识共享与创新研究/
员巧云著. —北京: 经济科学出版社, 2015. 12
ISBN 978 - 7 - 5141 - 6419 - 0

I. ①W… II. ①员… III. ①企业管理 - 知识
管理 - 研究 - 中国 IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 303369 号

责任编辑: 王东岗 张庆杰
责任校对: 隗立娜
责任设计: 齐 杰
责任印制: 邱 天

Web2.0 网络环境下组织知识共享与创新研究

员巧云 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京万友印刷有限公司印装

880 × 1230 32 开 9 印张 200000 字

2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 6419 - 0 定价: 30.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

目 录

第一章 引言	1
第二章 实证调查：Web2.0 环境下的知识共享现状	5
2.1 Web2.0 环境下共享知识的主体分析	7
2.2 Web2.0 环境下共享知识的内容	9
2.3 Web2.0 环境下共享知识的对象和平台	11
2.4 Web2.0 环境下共享知识的动机和影响因素	12
2.5 小结	14
第三章 Web2.0 环境下的知识共享与知识创新	17
3.1 Web2.0 环境下的知识共享	17
3.2 Web2.0 环境下的知识创新	25
第四章 Web2.0 环境下的知识网络与社会网络	45
4.1 知识网络	47

4.2	社会网络	51
第五章 Web2.0 环境下知识网络与社会网络的构建与优化		
75		
5.1	Web2.0 环境下组织的基础知识网络和扩展知识网络	76
5.2	Web2.0 环境下的组织性社会网络和自发性社会网络	78
5.3	Web2.0 环境下基础知识网络与组织性社会网络的协同与优化	80
5.4	Web2.0 环境下的扩展知识网络与自发性社会网络的协同与优化	81
第六章 Web2.0 环境下个体知识网络、社会网络结构与创新绩效		
85		
6.1	研究模型的提出	88
6.2	假设的提出	98
6.3	研究方法	112
第七章 Web2.0 环境下企业社会网络结构对绩效的影响分析		
137		
7.1	研究框架与假设	137
7.2	研究方法	142
7.3	讨论	159
7.4	企业创新能力的关键影响因素分析	162

第八章 Web2.0 环境下的管理机制与知识创新	167
8.1 管理控制理论	169
8.2 Web2.0 环境下的诊断式控制与组织 知识创新	182
8.3 Web2.0 环境下的交互式控制与组织 知识创新	209
第九章 Web2.0 环境下的创新型组织构建	217
9.1 网络时代企业知识创新的变革	217
9.2 Web2.0 环境下的网络知识创新	220
9.3 Web2.0 环境下知识创新的情境分析	224
9.4 Web2.0 环境下的知识资本	227
9.5 Web2.0 环境下的创新型组织案例分析	228
第十章 结束语	253
参考文献	255
后记	281

第一章

引 言

党的十八大明确提出“科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑，必须摆在国家发展全局的核心位置”，强调要坚持走中国特色自主创新道路、实施创新驱动发展战略。中共中央国务院出台《关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》，指导深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略。意见中指出，创新是推动一个国家和民族向前发展的重要力量，也是推动整个人类社会向前发展的重要力量。面对全球新一轮科技革命与产业变革的重大机遇和挑战，面对经济发展新常态下的趋势变化和特点，面对实现“两个一百年”奋斗目标的历史任务和要求，必须深化体制机制改革，加快实施创新驱动发展战略。创新战略在国家发展战略中占有重要地位。

目前，云存储、大数据和分工网络发展如火如荼，互联网成为中国创新战略发展中不可忽视的影响力量。2014年中国网民数达到6.48亿人，相比2005年增加了6倍，网民渗透率达到48%。2015年3月5日，李克强总理的政府工作报告制订了“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、

物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场。互联网对工业、农业、文化、教育、零售、生活服务、制造,以及医疗都开始产生迅速而深刻的影响。^①

在上述发展背景下,中国如何有效地实现创新?对于每个组织、企业、部门而言,除了国家政府从政策上支持和指导创新发展之外,还需要通过各种有效的机制和方法来推进创新。创新从根本上说是知识的创新,是结合和重组现有的知识元素;而知识的创新与知识主体,即承载知识的人密切相关。由知识元素关联形成的知识网络,以及由知识主体关联形成的社会网络对知识创新起着根本性的作用。^{②③}在 Web2.0 时代,基于互联网的在线知识网络和社会网络大量涌现且瞬息万变,直接影响组织创新绩效。

本书基于 Web2.0 时代背景,分析组织知识网络和社会网络的结构,及其对创新绩效的影响;探讨在处于不同发展阶段和不同形式的组织中,如何优化知识网络和社会网络,以实现最优的创新绩效。另外,组织管理者不仅需要深刻了解组织知识网络和社会网络结构,及其对创新绩效的影响,更重要的是要采取一定的管理机制来调整和优化知识网络和社会网络结构,使其与组织创新和发展战略相一致。本书也分析如何通过

① 新浪财经. 2015 年李克强政府工作报告. <http://finance.sina.com.cn/china/hgjj/20150305/105721651935.shtml>.

② Weitzman M. L. Recombinant Growth [J]. The Quarterly Journal of Economics, 1998 (2).

③ Phelps, C., Heidl, R., Wadhwa, A. Knowledge, Networks, and Knowledge Networks: A Review and Research Agenda [J]. Journal of Management, 2012 (4).

调整组织管理机制来影响和优化其知识网络和社会网络，进而提升创新绩效。由此，本书的研究内容主要包括以下几个方面：

第一，将 Web2.0 环境下的知识共享超网络分为知识网络和社会网络，分析在线知识网络和社会网络的特征；

第二，Web2.0 环境下组织知识网络和社会网络的构建、相互影响和优化策略；

第三，Web2.0 环境下个人/组织知识网络和社会网络的结构及其对创新绩效的影响；

第四，Web2.0 环境下优化组织知识网络和社会网络的管理机制及作用机理；

第五，Web2.0 环境下创新型组织的构建。

第二章

实证调查：Web2.0 环境下的 知识共享现状

网络知识共享是指用户之间通过各种网络交流手段共享知识，同时，通过知识创新，实现自主的知识增值（Nicholas J. Kings et al.，2007）^①。Web2.0 环境下，用户不仅可以查询和获取知识，也可以主动创新和分享知识。博客及社交网站等 Web2.0 信息发布平台强调人与人之间的交流和参与，改变了 Web1.0 环境下知识创作、发布、共享和传播的方式。

目前，探讨 Web2.0 环境下知识信息的传播与共享方面的研究较多，主要分析如何利用在线社会网络平台来获取有用的知识信息等，但系统地分析知识主体、知识内容、共享行为，以及交流途径的研究相对较少。本章节基于中国 2102 名不同地域、不同职业、不同年龄层次的人的调查问卷，探讨目前 Web2.0 环境下中国网民知识交流与共享的特征。本次研究的

^① Nicholas J. Kings, Caroline Gale, John Davies. Knowledge Sharing on the Semantic Web [J]. Research and Applications, 2007, 4519.

问卷调查通过国内权威的企业版“问卷星”收集。^①共回收有效问卷 2102 份,样本对象包括不同年龄阶段、行业、职业、地域、学历等的知识主体,较为客观地显示了目前国内网络环境下个体的知识共享情况。

根据索伊弗特 (Seufert, 1999)^② 等人的研究,知识网络框架由以下三要素组成:一是行为主体;二是行为主体之间的关系;三是各行为主体在它们关系中所运用的资源和制度特性。这些要素被组合在一起,在知识的创造和转移过程中积累和使用知识,并最终实现价值创造。在上述三个要素中,知识主体是基础(在本研究中称行为主体为知识主体,主要指的是个人);知识内容是知识共享的对象。本研究中所指的知识是广义的概念,包括各种可能对知识主体有用的信息、经验和资料等。知识作为一种特殊的资源,只有获得广泛传播和共享才能发挥其最大效益 (Andreas Seufert, et al., 1999)^③。本章节重点探讨 Web2.0 环境下知识主体的特点及其行为特征、各主体之间相互共享和交流知识的途径、查询和发布的知识内容等(如图 2-1 所示)。

① 问卷星 (<http://www.sojump.com/>) 拥有超过 260 万份的样本资源,并通过属性控制、填写控制、规则控制和全程跟踪来保证样本质量。

② Andreas Seufert, et al. Towards knowledge networking [J]. Journal of Knowledge Management, 1999 (3).

③ Klaus Minol, Gerd Speisberg, Elisabeth Schulte, Nicholas Morris. Portals, blogs and co.: the role of the Internet as a medium of science communication [J]. Biotechnology Journal, 2007 (2).



图 2-1 Web2.0 环境下的网络知识共享特征

2.1 Web2.0 环境下共享知识的主体分析

2.1.1 人口统计特征分析

本次调查对象中，男女性别比例基本平衡，女性为 1021 人，占 48.57%，男性为 1081 人，占 51.43%。年龄涵盖各个阶段，其中中青年占主体，26~31 岁占到 29.54%、31~36 岁占 22.12%，21~26 岁占 18.7%、36~41 岁占 12.23%。教育程度方面，大学本科学历占到 69.41%，其次为大学专科 15.46% 和硕士研究生 8.04%，高中及以下的低文化程度和博士及以上的高文化程度所占比例均较低。

调查对象中，中等收入水平的占大多数，年收入水平 8 万~15 万元的占到 32.49%，3 万~8 万元的占到 28.97%，15

万~30万元的占到15.46%，高收入和极低收入的比例较低。职业方面，专业技术人员占的比例较大，为37.39%，其次为办事人员和有关人员，占到26.88%，商业、服务业人员占到12.99%，其他职业比例较小。地区分布方面，华东地区占到41.34%，其次是华南地区，占到17.32%，以及华北地区，占到17.98%，其他地区占较小的比例。55%的调查对象在线技能很好，37.39%的在线技能一般，初学者和专家占少数。大多数（78.78%）的调查对象有五年以上的网龄，三到五年网龄的占到15.94%，少于三年网龄的不多。

从上述信息来看，参与调查的主体对象是较发达地区、文化程度较高的、从事与技术和教育等相关的中青年群体，且网龄较长，在线技能较好，这些人是目前国内网络知识共享的主体人群。

2.1.2 知识主体的行为特征分析

调查对象中，每天都上网的占到98%，其中59.42%的人一有时间就上网，38.49%的人在闲暇之余选择上网。上网时长方面，38.06%的人平均一天的上网时间是2~4小时，30.35%的人每天上网4~6小时，14.94%的人每天上网6~8小时，11.61%的上网8小时以上。说明上网已成为目前人们工作学习和生活的主要组成部分。









在被调查对象中，有74.93%的人选择在业余时间共享知识，仅有9.32%的人选择在工作时间共享知识。由此可见，目前，业余时间个人朋友圈或工作圈的在线信息交流成为国内

知识共享主要途径之一。这种用户在业余时间非正式自发的知识交流拓宽了学习的时间、空间和形式,形成了相对灵活的非正式的知识交流群体。

2.2 Web2.0 环境下共享知识的内容

问卷将网上共享知识的内容分为两类:一类是知识主体查询和接收的知识和信息,例如“浏览”、“查看”,或“下载”网页、接收邮件等过程中接收的知识;另一类是贡献类的知识,包括知识主体写邮件、发博客、更新百度文库、上传资料等时“发布”、“上传”或“更新”的知识。从调查结果来看,被调查对象主要是以查询知识为主,贡献知识的相对较少(见表2-1)。

表 2-1 Web2.0 环境下共享知识的内容

选项	小计 (人次)	比例 (%)
浏览网页信息	1703	 81.02
查找/浏览知识资料	1516	 72.12
浏览博客	761	 36.2
观看在线视频	1366	 64.99
观看在线照片	899	 42.77
浏览社交媒体信息(如浏览朋友圈、人人网等)	1177	 55.99
浏览论坛内容	917	 43.63
浏览在线新闻	1367	 65.03




续表

选项	小计 (人次)	比例 (%)
浏览文库 (如百度文库、维基百科等)	1002	 47.67
浏览网上图书馆/在线数据库	605	 28.78
收听/下载音频文件	1091	 51.9
接收邮件	1217	 57.9
玩在线游戏	854	 40.63
发送或接收即时消息 (如QQ、微信等)	1319	 62.75
撰写和发布文库资料	369	 17.55
撰写和发送电子邮件	889	 42.29
上传视频	489	 23.26
上传照片	800	 38.06
上传音频文件	357	 16.98
撰写并发布社交媒体信息	472	 22.45
撰写并上传博客	414	 19.7
撰写博客评论	460	 21.88
撰写和发布论坛内容	433	 20.6
参加远程网络会议/网上商业会谈	352	 16.75
参与在线课程学习/远程网络教育	600	 28.54
其他	70	 3.33
本题有效填写人次	2102	

在知识来源方面, 72.65% 的被调查对象在网上分享的资料、视频、照片等各种资源中时是转发他人/第三方的资料, 有 57.8% 的人发布原创的个人生活资料, 仅有 39.44% 的人发

布原创的个人学习/工作/创意知识(见表2-2)。

表 2-2 Web2.0 环境下共享知识的来源

选项	小计 (人次)	比例 (%)
转发他人/第三方资料	1527	 72.65
原创的个人生活资料	1215	 57.8
原创的个人学习/工作/创意	829	 39.44
本题有效填写人次	2102	

在知识内容的真实性方面,81%的被调查对象表示,他们在网络上传播共享知识时会考虑内容的真实性和正确性,但是只有51.67%的人会在确保信息真实正确的情况下才进行传播,而46.67%的人会在个人主观认为可能正确的情况下就进行了传播和分享。在浏览互联网上的信息时,能经常思考但不深入探究的人占到47.81%,而能经常进行深入思考或是只是偶尔会思考一下的均占到25%左右。这也是虚假或低质量知识在网络上广泛流传的原因之一。

2.3 Web2.0 环境下共享知识的对象和平台

调查结果显示,在倾向于分享知识的对象方面,89.01%倾向于向个人朋友圈分享知识,66.18%的调查对象也意愿向工作相关的个人或圈子共享知识。只有15.7%的人会向陌生人圈子发布信息(见表2-3)。