

doi:10.3772/j.issn.2095-915x.2015.01.011

# 社会化媒体平台中个人知识管理机制研究<sup>\*</sup>

## ——基于社会网络分析视角的探讨

晏齐宏<sup>1</sup>, 付宏<sup>2</sup>, 李辉<sup>2</sup>, 杜智涛<sup>1</sup>

(1. 中国青年政治学院新闻传播学院 北京 100089; 2. 北京市科学技术情报研究所 北京 100048)

**摘要:** 社会网络分析是知识管理的重要研究范式。本研究试图以社会网络为视角, 分析社会化媒体平台中个人知识管理机制。从微观层面看, 要将个人知识管理置于社会化媒体的情境中, 在互动理念下实现隐性知识与显性知识的转化。从宏观层面看, 要从社会资本视角审视知识共享与协作。具体来看, 强弱关系影响知识传播意愿, 网络结构影响知识传播机会, 个人认知影响知识管理能力。

**关键词:** 个人知识管理, 社会网络分析, 社会化媒体

## The Research on Mechanism of Personal Knowledge Management in Social Media: A Study from the Perspective of Social Network Analysis

YAN Qi-hong<sup>1</sup>, FU Hong<sup>2</sup>, LI Hui<sup>2</sup>, DU Zhi-tao<sup>1</sup>

(1. School of Journalism & Communication in China Youth University of Political Studies, Beijing 100089;  
2. Beijing Institute of Science and Technology Information, Beijing 100048)

**Abstract:** Social network analysis is an important research paradigm of knowledge management. This thesis attempt to analyze the mechanism of personal knowledge management from the perspective of social network analysis. From microscopic visual angle, personal knowledge management should be conducted on the philosophy of interaction in order to transfer the explicit knowledge and tacit knowledge. From macroscopic visual angle, it is wonderful to study knowledge sharing and coordination based on the social capital. Specifically speaking, strong and weak tie affect knowledge transmission aspiration, network structure affect knowledge transmission probability, personal cognitive affect knowledge management capacity.

**Keywords:** Personal knowledge management, social network analysis, social media

<sup>\*</sup> 基金项目: 国家社会科学基金青年项目(12CTQ046)和教育部人文社会科学研究青年基金项目(12YJCZH036)的阶段性成果。  
作者简介: 晏齐宏(1989-), 女, 甘肃兰州人, 中国青年政治学院传播学专业硕士研究生在读。E-mail: yqihong@126.com; 付宏(1976-), 男, 湖北监利人, 博士, 北京市科学技术情报研究所助理研究员, 研究方向为网络信息分析, 竞争情报; 李辉(1975-), 女, 辽宁葫芦岛人, 北京市科学技术情报所副研究员, 研究方向: 应急管理, 情报学; 杜智涛(1977-), 男, 甘肃天水人, 博士, 中国青年政治学院副教授, 研究方向为新媒体与网络传播, 竞争情报。

知识管理是教育学、传播学、情报学等学科的重要研究主题。随着信息技术的发展,不同平台上的知识呈现形式越来越多,研究者也对此给予了关注。如在线学习者如何管理知识,虚拟学习社区参与者如何管理知识。当然社会化媒体平台中的数据信息也需要进行管理,从而更好的实现知识本身的价值,这是本研究试图回答的问题。社会网络分析是知识管理的重要研究范式,同时社会化媒体与社会网络分析具有内在一致性。此外,社会化媒体中存在海量信息对个人知识管理提出了挑战。基于此,本研究以社会网络分析为视角,重点分析社会化媒体平台中的个人知识管理机制。

## 1 社会网络分析内涵

20世纪30年代,英国人类学家拉德克利夫·布朗首次提出了“社会网络”的概念。社会网络就是由某些个体间的社会关系构成的相对稳定的系统,也就是社会行动者及社会行动者之间关系的集合。

社会网络分析是对社会关系结构及其属性加以分析的一套规范和方法。这种结构特别重视对关系的分析,而且它重视量化分析,也不同于传统的抽象的社会结构分析。社会网络分析具有四个特点,这些特性也共同定义了这个研究领域:第一,社会网络分析源自于联系社会行动者的关系基础之上的结构性思想;第二,它以系统的经验数据为基础;第三,它非常重视关系图形的绘制;第四,它依赖于数学或计算模型的使用<sup>[1]</sup>。

社会网络分析主张的结构是一种新思维,它特别强调对行动者之间关系及其结构的研究。网络分析不再是单纯的方法或隐喻,而是已发展成为了一种具有自己的概念体系和测量工具的研究范式<sup>[2]</sup>。

## 2 社会网络分析与社会化媒体平台个人知识管理的关系

社会网络分析与社会化媒体平台个人知识管理的关系主要表现在以下方面:社会网络分析是知识管理研究的重要范式,社会网络与社会化媒体平台具有一致性,社会化媒体平台中更应该关注个人知识管理。

### 2.1 社会网络分析是知识管理研究的重要范式

社会网络分析需要使用者有较好的数学基础,这在一定程度上限制了其推广,到1973年,格拉诺维特提出“强弱关系理论”后,社会网络分析才开始受到学界重视。2000年以来,社会网络理论和社会网络分析方法也被逐渐引入知识管理领域。从社会网络的视角观察知识管理的重要依据是个体行为嵌入在一定的社会联系系统中。传统环境下知识管理研究侧重于将组织作为一个整体网络,研究组织内部知识传播和共享等机制,强调整体网络的功能,关注点在于组织的整体知识创造情况。组织中的个人就是网络中的行动者,组织内个人之间的关系就是网络关系。

### 2.2 社会网络与社会化媒体平台具有一致性

社会化媒体是以互动为基础,允许个人或组织生产内容的创造和交换,依附并能够建立、扩大和巩固关系网络的一种网络社会组织形态。它的思想与技术核心是互动,内容主体是用户生产内容(UGC,user generated content),关键结构是关系网络,表现为一种组织方式<sup>[3]</sup>。社会化媒体的应用形式是以互联网为基础的,如博客、维基、播客、BBS、社交网络、内容社区和微博等。社会化媒体就是由这些工具构建的社会化网络服务平台与社会化网络。由此来看,社会化媒体是一个庞大的网络系统,平台中个体通过互动建立网络关系,互动的内容是信息或知识。这与社会网

络的核心概念，结构、网络、关系具有一致性。

### 2.3 社会化媒体平台中更应该关注个人知识管理

Kaplan 和 Haenlein 提出社会化媒体是基于 Web 2.0 意识和技术的基础，允许人们创造和交换的自主创造内容的应用<sup>[4]</sup>。传统环境下的知识管理中主要将社会网络分析运用于组织内部知识转移和知识共享。社会化媒体环境下，海量信息会干扰个人对知识的认知、获取、分享、创造，这对个人知识管理形成了巨大挑战。同时，个人在社会化媒体平台中占有绝对优势，个人获取、贡献、建构、创造知识的可能性更大。所以，在社会化媒体环境中，关注点应该在个人如何更好地利用网络及关系来管理知识，出发点在于个人知识管理。

### 3 社会化媒体平台中的个人知识管理机制

个人知识管理应该包含两个层面：一是将知识明晰化和体系化，构建个性化知识体系，实现隐性知识和显性知识的转化；二是创建有利于知识共享和协作的平台，注重与他人的相互探讨并建立联结，实现知识的应用和创新<sup>[5]</sup>。从分析的角度讲，社会网络通常划分为两大类：个体网络或局部网（local network）和整体网络或称全网（complete network）。从微观层面看，个人知识管理侧重于个体网中的个人如何实现隐性知识和显性知识的转化；从宏观层面看，个人知识管理侧重于整体网中个体互动与协作产生的社会资本如何影响个人知识管理。

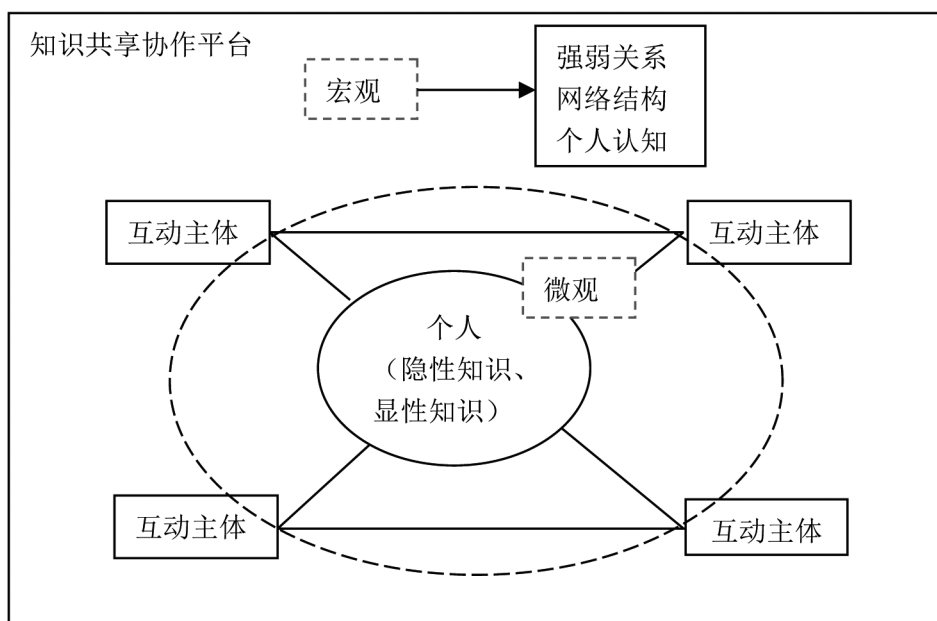


图 1 社会网络分析视角下社会化媒体平台中个人知识管理机制

### 3.1 微观层面——互动理念下隐性知识与显性知识的转化

社会化媒体为个人互动提供了平台,为隐性知识和显性知识的相互转化提供了具体的情境。社会化媒体中,显性知识表现为用户在平台中贡献的各种文字、图片、多媒体信息;隐性知识指参与者头脑中的知识。社会化媒体中隐性知识与显性知识的转化是在交流、共享与协作的过程中进行的,如果从个体中心网的角度看,需要以互动为理念,实现隐性知识和显性知识的转化。

#### 第一,隐性知识显性化

在个人知识管理中,要将社会化媒体平台中与个人有联系的他人考虑在内,考虑怎样的信息呈现能够获得更好的互动效果。首先,从语言层面入手,要对语言要素,如词、句子、标点、情绪等把握到位,既呈现事实信息部分,也要传递思维信息。其次,从呈现形式入手,社会化媒体内容呈现形式更加多样化,纯文本、图片、视频、链接等多媒体形式越来越多,不仅能够传递信息,而且能够传递情绪和情感,更符合人类的本真互动状态,有利于接收者争取接收和理解。再次,要从思维图示入手,社会化媒体信息发布即时性、操作便捷能够将个人灵感及思维瞬间实时记录;超文本信息呈现能够将个人的思维活动过程呈现出来,也更便于接受者理解;同时,参与者之间的互动也能够激发其他参与者的兴趣。

#### 第二,显性知识隐性化

在个人知识管理中,将显性知识隐性化,就是把他人显性知识内化为自己的知识,是一个知识吸收的过程。首先,要考虑知识本身的真实性,信息是有完整意义的。社会化媒体中存在大量的虚假信息,可以通过多次互动找到真相,也可以与多个他人进行互动找到真相,最重要的是要核查信息本身的前后逻辑等。其次,要考虑发布者的个人身份,发布者的权威性也是非常重要的要

素,如权威学者、权威机构发布的信息科学性相对较高,目击者当事人发布的信息会相对更加真实,当然要平衡各方,在综合比较中作出决策。再次,要考虑个人的理解框架和视角,个人会根据自己的知识和立场进行选择接触、选择性记忆、选择性吸收,但是这种选择也可能存在偏差,这时候就需要个人从自己的视角和框架出发,首先要端正自己的立场和态度,再去接触他人并进行互动和吸收知识。

### 3.2 宏观层面——社会资本视角下的共享与协作

社会化媒体平台中,知识协作和共享包括个体与个体之间的互动关系以及个体与平台之间的关系。如果从平台互动协作来看,平台作为一个整体网络会对个体知识管理产生影响。当然这两种方式是杂糅在一起的,前者内嵌于后者。两者作用的产物就是社会资本。Nahapiet 与 Ghoshal 将社会资本分为三个维度:关系、结构、认知<sup>[6]</sup>。

#### (1) 强弱关系影响知识传播意愿

知识管理研究者也一直关注强弱关系构成对知识管理的影响,特别是知识共享和传播方面。弱关系带来不重复的信息,减少冗余信息的存在,在不同群体之间的传播中具有优势。对于知识与关系构成的关系,可以从知识的性质来分析,一般来说,弱关系有利于显性知识的传播,而强关系为隐性知识传播提供了条件。社会化媒体中个人知识管理,其中强弱关系是以互动为标准的。

一方面,弱互动关系有利于显性知识的传播。

Nonaka 和 Takeuchi<sup>[7]</sup>提出了知识创新的通用模型(SECI模型): (1) 社会化:从隐性知识到隐性知识。(2) 外部化:从隐性知识到显性知识;(3) 组合化:从显性知识到显性知识;(4) 内部化:从显性知识到隐性知识。由于呈现在社会化媒体平台上的知识大部分是显性知识,接收者吸收较为容易。显性知识到显性知识/隐性知识的转化



较为容易。

另一方面,强互动关系为隐性知识传播提供了条件。隐藏在强弱关系背后的是信任规范的存在,Levin和Cross认为,在知识管理中,不管转移双方拥有什么样的关系,信任往往是促使知识成功转移和共享的决定性因素<sup>[8]</sup>。只有在较为密切的交流中,交流双方在知识背景和文化背景方面,至少在认知方面具有较高的一致性,有利于隐性知识的传播和分享。社会化媒体中知识传播网络本身就是自发形成的,基于兴趣爱好等的传播网络以一种非制度化的规范影响着网络参与者的行为。隐性知识是需要互动才能实现转化,将信任这一变量引入后,社会化媒体中强互动关系更有利于隐性知识的分享。

### (2) 网络结构影响知识传播机会

社会网络分析最重要的就是网络的结构视角,处于网络中不同位置的行动者,其行为特征不同,在网络中的权力也不同。社会网络分析中,有三个重要的网络形态会影响整体网络资源。

首先,结构洞出现概率较小促进知识传播。处于结构洞位置的节点,拥有较多的资源,而且对信息拥有绝对控制权。社会化媒体开放度高、互动性强,知识传播途径多,结构洞出现的可能性比传统网络要小,知识传播者和需求者之间的“冗余关系”多,有利于削弱中心者对知识的控制力度。但不是说不会出现结构洞,社会化媒体中,要想获取重要知识,可以从关键节点入手。

其次,网络集中性引起权利不均衡。社会化媒体中,一方面,基于弱关系形成的网络群体,整体凝聚力不高,会影响网络中个人的知识共享意愿,不利于知识传播和知识管理。另一方面,基于共同爱好形成的自组织,能够形成较好的互动群体,也有利于知识管理。社会化媒体网络规模比较大,特别是在问答这种互动方式中,个人获取和发布知识比较方便,有利于调动参与者的

互动情绪和行为。

再次,小团体影响知识共享。传统的二八法则,也存在于社会化媒体中,即平台中80%的信息或知识是20%的人创造的,这20%的人就形成了一个团体。一方面,小团体中的个人具有专业知识或背景的,具有较强的发言权,也具有积极性,其知识传播行为使小团体内及小团体外的个人都会获益;另一方面,如果平台中全部参与者都能实现互动,那么网络的效果是最好的,个人知识管理也是最高效的。小团体只是部分参与者的互动,这会影响整个网络的知识存量,网络中尚有部分知识有待挖掘。

### (3) 个人认知影响知识管理能力

个人作为知识管理的主体,其对自我的知识管理拥有绝对主动权,如果说关系构成、网络结构是个人知识管理中的客观层面,那么个人认知则具有更强的主观性。在社会化媒体中,由于弱关系的存在,以及巨大的网络规模,更需要个体对自我、环境、文化进行全方位的认识。

首先,自我认知。个人要积极参与,积极贡献知识,把握个人身份,对于自己专业范围内的东西,要主动参与;对于自我了解不够深的内容,不要轻易发表言论,有所节制。要熟悉社会化媒体平台中的具体操作和应用,如社会化媒体中内嵌的知识管理和存储系统等,以提高知识管理具体操作水平。

其次,环境认知。这里的环境主要是指社会化媒体平台,社会化媒体平台本身是一个有着强大组织机构的管理系统,有具体的运营管理模式。作为其中的一员,个人要了解宏观平台管理机制。同时,要对平台中的其他人有所了解,一般情况是通过浏览他们发布的内容以及关注其账号实现的。对他人的知识结构、背景、身份都有大致把握,以便在获取和咨询时能够更具针对性。

第三,文化认知。社会化媒体平台中,基于

共同爱好和共同群体归属感形成的社群以自生自养的方式存在,更具有凝聚力和集体存在感。个体的共同爱好是一种同质性的表现,可以成为信任产生的源泉;个体不同的文化背景、生长环境、知识经验等是异质性的表现,成为知识分享的动力。社会化媒体的这种文化氛围,会使其中每个个体收益。

#### 4 结语

大数据背景下,社会化媒体成为大数据的重要来源,如何有效利用这些数据,将其转化为知识,不仅仅是知识传播的问题,更是知识管理的问题;不仅要关注平台本身,更要将关注点放在个人如何利用社会化媒体平台这一关键点上。

#### 参考文献

- [1] 弗里曼著,张文宏,刘军,王卫东译. 社会网络分析发展史:一项科学社会学的研究[M]. 北京:中国人民大学出版社,2004:3.
- [2] 林聚任. 社会网络分析:理论、方法与应用[M]. 北京:北京师范大学出版社,2009:45.
- [3] 田丽,胡璇. 社会化媒体概念的起源与发展[J]. 新闻与写作,2013(9):27-29.
- [4] Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media[J]. Business Horizons,2010,53(1):59-68.
- [5] 谢珍,崔旭. 关于专业虚拟社区中个人知识管理的

本研究的关注点是社会化媒体平台中个人知识管理机制,社会化媒体平台中知识管理是建立在互动关系基础之上的。从微观层面看,个人知识管理是个人对自身拥有知识的把控,需要个体网中与他人的互动,重点在互动理念指导下实现隐性知识和显性知识的转化;从宏观层面看,个人知识管理是一个在平台中互动和协作的过程,更重要的是整体互动所形成的社会资本。具体来看,强弱关系影响知识传播意愿,网络结构影响知识传播机会,个人认知影响知识管理能力。社会化媒体平台中的知识如何为自己所用,建构知识甚至创造知识,需要个人和社会化媒体平台的共同努力。

研究[J]. 情报志,2010(2):105-108.

[6] Nahapiet J., Ghoshal S. Social capital, Intellectual capital and the organizational advantage[J]. Academy of management review,1998(23):69-77.

[7] 陈红勤. 学术网络社区的知识传播机理研究[J]. 咸宁学院学报,2010(10):120-122.

[8] Levin D.Z. ,Cross R. The Strength of Weak Ties You Can Trust: The Mediating Role of Trust in Effective Knowledge Transfer[J]. Management Science,2004(11):34-41.