

企业社交媒体研究综述：概念、采纳、使用与影响*

苗蕊^{1,2} 黄丽华¹

(1. 复旦大学 管理学院, 上海 200433)

(2. 东北财经大学 管理科学与工程学院, 辽宁 大连 116025)

摘要 随着企业社交媒体在企业中应用的推广和深入, 对企业社交媒体的研究已成为了学术界和企业界共同关注的焦点。本文从企业社交媒体的概念、企业社交媒体的采纳、企业社交媒体的使用行为和使用模式以及企业社交媒体实施后的影响四个方面对国内外与企业社交媒体相关的文献进行了梳理与回顾, 分析了现有研究的不足并提出了未来可深入研究的方向。

关键词 企业社交媒体, 概念, 采纳, 使用模式, 影响

中图分类号 C931.6

1 引言

近年来, 随着 Facebook、Twitter 和微博等社交媒体平台的盛行, 越来越多的企业也开始将社交媒体应用于企业内部, 作为一种新的促进员工间沟通和协作的技术。这种应用范围严格局限于企业内部员工的社交媒体被称为企业社交媒体 (enterprise social media, ESM)。与电子邮件、即时通信等传统的沟通技术相比, ESM 是一种更加平等与开放的沟通与协作技术, 能够克服传统命令与控制式管理的不足, 因而更有利于企业的知识管理与创新。截止到 2013 年底, 在《财富》500 强中, 有 90% 的企业已全部或部分地应用了 ESM, 市场上也出现了许多如 Yammer、Jive 和 IBM Connections 等的成熟的 ESM 软件产品。据 Global Market Insights (全球市场分析) 的预计, 从 2016 年到 2024 年, 包含 ESM 在内的企业协作工具的市场以每年 13% 的年复合增长率增长, 到 2024 年市场将扩张到 85 亿美元。然而, 另有研究表明一些企业在 ESM 上的投资并没有实现其预期的收益, ESM “建而不用” 或 “用而不能尽其能” 的现象仍困扰着很多的企业。

随着 ESM 在企业中应用的推广和深入, ESM 的研究也得到了许多学者的关注。针对 ESM 在应用的过程中遇到的各种问题, 这些学者主要围绕着 ESM 的采纳、其在企业中如何被使用以及使用会带来什么样的效果等问题展开了研究。但目前国外对该领域的研究还相对分散, 并且定性的探索性的研究较多, 而定量研究较少, 而国内有关该领域的研究则更显匮乏。鉴于此, 本文将从 ESM 的概念、采纳、使用模式和产生的影响四个方面对国内外现有的相关研究进行系统梳理, 以明晰国内外研究的发展现

* 基金项目: 国家自然科学基金项目 (71503033), 中国博士后科学基金面上资助项目 (2015M581535), 辽宁省教育厅人文社会科学一般项目 (W2015125), 教育部人文社会科学研究一般项目 (17YJC630105)。

通信作者: 苗蕊, 复旦大学管理学院, 博士后, 东北财经大学管理科学与工程学院, 讲师, E-mail: ruimiaodufe@163.com。

状,为进一步探索指明方向。

2 文献筛选与分析

本文首先利用 ISI Web of Science 数据库进行了系统的检索,然后重点检索了 *MIS Quarterly*、*Management Science*、*Information Systems Research* 和 *Journal of Management Information System* 等信息系统领域内的国际权威期刊以及 *ICIS*、*AMCIS*、*ECIS*、*PACIS* 和 *HICSS* 等国际知名的信息系统相关会议的论文集。进行文献检索的关键词有 Enterprise Social Media, Enterprise Social Media, Enterprise 2.0, Enterprise social Networks 和 Enterprise Social Software。以上面检索关键字的中译名为关键字,本文又在 CNKI 中进行了检索。为了防止遗漏重要文献,本文对代表性的文献追溯其后面所列的参考文献,以进一步扩大检索范围。检索到的每篇文献的摘要和主要内容都被浏览过,以排除与本文研究主题与内容不相关的文献。在浏览与筛选的过程中,我们发现 ESM 的概念、采纳、使用模式和影响是研究 ESM 的学者主要关注的方向,除此之外还有少量基于设计科学范式的研究。最后,本文收集到从 2006 年 1 月到 2015 年 12 月与 ESM 的概念、采纳、使用和影响相关的文献共 97 篇,其中英文文献 92 篇,中文文献 5 篇。

自 2006 年 McAfee 首次提出“企业 2.0”(Enterprise 2.0)的概念之后,国内外期刊和会议上才开始出现有关 ESM 的研究文献。图 1 显示了从 2006 年到 2015 年每年发表的相关文献的数量,可以看出,在最近 5 年,与 ESM 相关的研究文献显著增加,这说明 ESM 已经开始成为信息系统领域的研究热点,吸引了不少学者的关注。

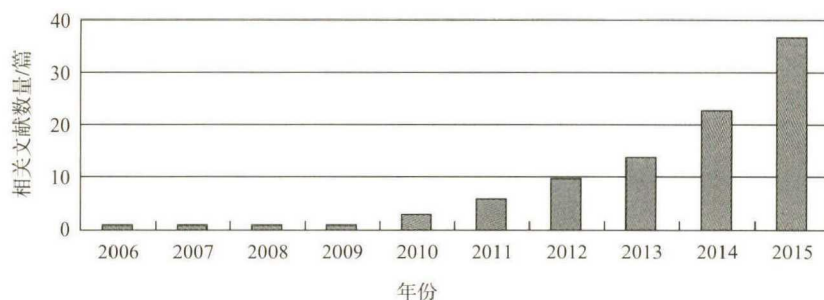


图 1 相关文献的历史回顾

从文献的来源来看,目前有关 ESM 的研究文献来自于期刊上的相对较少。表 1 列出了与 ESM 相关的文献在信息系统领域内的国际权威期刊以及一些国际知名的相关会议的论文集上的发表情况。如表 1 所示,与 ESM 相关的文献发表在 *Management Science*、*MIS Quarterly* 和 *Information Systems Research* 等顶级期刊上,这说明了 ESM 在信息系统领域的研究中也有着重要的地位。此外,近几年发表在 *ICIS*、*AMCIS* 和 *HICSS* 等会议上的文献数量相对较多,这也在一定程度上说明了 ESM 已经成了一个研究的前沿领域。

表 1 相关文献在权威期刊和会议上的发表情况

来源	数量
Management Science	1
MIS Quarterly	1
Information Systems Research	2
Journal of Management Information Systems	1
Journal of Strategic Information Systems	3

续表

来源	数量
Information & Management	1
Computers in Human Behavior	3
ICIS	12
AMCIS	12
ECIS	7
PACIS	9
HICSS	14

3 企业社交媒体的概念

3.1 企业社交媒体的概念

已有的学者在研究企业社交媒体时使用了不同的术语，如企业 2.0、企业社交媒体、企业社交网络（enterprise social networks, ESN）和企业社交软件（enterprise social software）等。McAfee 是最早定义企业社交媒体的学者之一，但他使用的术语是“企业 2.0”。他将企业 2.0 定义为是基于一系列 Web 2.0 技术的社会技术，能够便利企业中员工的沟通、协作与知识共享^[1]。Leonardi 等的定义是被研究 ESM 的学者引用的较多的，他们将 ESM 定义为是一个基于 Web 的，综合应用微博、博客、维基百科和社交网络等工具的集成平台，它允许员工们：①与特定的同事交流消息或将消息广播给组织中的任何一个人；②列出与其有联系的同事的列表；③发布、编辑及分类与自己与他人相关的文本和文件；④在任意时间查看组织中他人交流、发布、编辑和分类的消息、联系列表、文本和文件^[2]。还有一些学者给予了 ESM 更为宽泛的定义，他们定义 ESM 为一个企业社交网络，旨在让企业中的员工能够组成社区，创建和交换内容^[3-4]。

3.2 企业社交媒体的示能性

信息系统的技术特征被认为对于信息系统的的使用有重要的影响，是研究技术使用和使用结果关系必不可少的对象。ESM 作为信息系统的一种，在研究其如何使用以及使用如何带来影响时也需要先关注其技术特征。但 ESM 又是一种延展性很强的技术，用户对于相同的技术特征会形成不同的使用类型以及产生不同的使用效果，而示能性（affordances）可以为我们很好地描述行动体与技术间这种复杂的交互关系。

示能性来源于生态心理学领域，被 Gibson 用来描述行动体与环境之间的交互作用^[5]。在信息系统领域，示能性这一概念被用于研究行为体与技术间复杂的交互关系。Savoli 和 Barki 提出了感知功能示能性来研究信息技术对用户行为的支持程度，即用户感知信息技术的能力和约束。不同用户对同一技术特征会感知到不一样的示能性，从而形成不一样的使用特征和使用效果^[6]。因此，从示能性的角度对 ESM 进行研究，是理解其是如何被使用的以及使用会带来什么样的影响的一个很好的切入口，得到了许多学者的关注。Treem 和 Leonard^[7]、Leonardi 等^[2]总结的 ESM 的示能性包括沟通的可见性、（内容与人的）关联性、持久性和（内容的）可编辑性。在此基础上，Leonardi 等又通过一系列的研究对 ESM 的可见性进行了探讨，研究表明 ESM 的使用可以提高沟通的可见性，进而增加员工的元知识，即 who knows what 和 who knows whom，可见性还有助于对知识搜寻者和知识源之间的关系起到润滑作用，帮助他们更好地获得所需的知识^[8-10]。Ulmer 和 Pallud^[11]在 Leonard^[7]等研究的基础上指出 ESM 的示能性体现在信息性、关联性、持久性、可见性、可编辑性、控制性和对沟通模式的重构

上。Fulk 和 Yuan 提出 ESM 在支持企业知识管理上的示能性体现在定位相关知识（如专家）、激励知识共享与促进社会资本的形成^[12]。Majchrzak 等提出了 ESM 在促进组织知识共享上的四个示能性特征，包括：①主动发声即对他人的资料和发布的内容等做出回应；②引发注意即通知功能引发用户注意到其感兴趣的内容；③联系的可见性；④自发式的角色承担即无须组织分配，员工会自动在 ESM 上承担相应角色^[13]。

Cleveland 和 Ellis 提出企业微博的无处不在性、简洁性、沟通性、订阅性和源身份性对员工知识共享的态度有正向的影响^[14]。Ellison 等指出 ESM 在促进组织知识共享上的示能性体现在社会资本的动态性、对关系和交互的支持、保证背景身份的多面性和网络交互四个方面^[15]。Merz 等的案例研究表明 ESM 在促进团队协作上的示能性体现在：①统一的、集体的，但相关的沟通；②可见的、积极的，但可控的参与；③正式的，有指导的，但灵活的过程；④可重用的，但成熟的信息对象^[16]。Osch 等提出 ESM 能够促进社会资本的形成，便利跨边界的协作，让员工注意到未知的新知识和发现社区与联系人，进而影响组织中与沟通相关的流程^[17]。Kane 指出建立和管理社交网络以及发现和获取数字内容是 ESM 最重要的两个功能^[18]。

4 企业和员工对企业社交媒体的采纳

企业和员工采纳 ESM 是 ESM 实现其价值的第一步，也是企业面临的第一个挑战，因而 ESM 的采纳研究得到了许多学者的关注。目前的研究主要涉及个体和组织两个层面。

从个体层面，研究员工对 ESM 采纳问题的文献如表 2 所示。从表 2 中可以看出，影响员工采纳 ESM 的因素可以划分为五个维度：技术、组织、社会、个体与任务。技术维度的因素主要与 ESM 平台自身的技术特性相关，包括感知有用性、感知易用性、兼容性、内容质量以及安全和隐私等；组织维度的因素涉及影响 ESM 使用的组织过程与组织环境，包括高层管理的参与、组织氛围、便利条件和 ESM 战略等；社会维度的因素涉及引导员工使用 ESM 的社会准则与机制，包括关键大多数、社会影响、社会联系和互惠性等；个体维度的因素与员工个体的特征和收益相关，包括自我效能、感知收益、使用满足和创新性等；任务维度的因素包括员工使用 ESM 要完成的任务的特征，如任务的复杂性、不确定性和紧迫性等。从研究采用的基础理论来看，除了 IT 采纳的一些理论模型，如技术接纳模型、UTAUT（the unified theory acceptance and usage of technology，即技术接纳与使用统一理论）模型和创新扩散模型外，由于 ESM 还兼具社会性和媒体性，所以研究中还使用了社会资本理论、社会支持理论和结构化理论等社会学理论以及媒介丰富度等理论。研究采用的研究方法主要有两种，一是访谈和案例法，用于探索性的研究，二是问卷调查法。

表 2 个体层面关于 ESM 采纳的研究

文献	维度	因素	理论基础	研究方法
参见文献[19]	技术	友好性、可靠性、可移动性、技术兼容性、可发现性和透明性		访谈
参见文献[20]	组织	ESM 战略、培训、奖励和高层的参与		访谈
参见文献[21]	个体、组织、任务、组织文化、知识战略	个体（熟悉程度、自我效能、使用频率）、组织（规模、员工的地理分散程度、知识任务）、任务（任务复杂性）、组织文化（集体主义、权利距离）、知识战略（知晓知识战略、培训、ESM 的定位）	技术接纳模型	问卷调查
参见文献[22]	未定义	促进定向，预防定向	调节定向理论	问卷调查

续表

文献	维度	因素	理论基础	研究方法
参见文献[23]	技术	感知有用性、感知易用性和隐私顾虑	技术接纳模型	问卷调查
参见文献[24]	未定义	上级支持、同事支持和工作要求	社会支持理论	问卷调查
参见文献[25]	未定义	媒介系统依赖（理解依赖、导向依赖和娱乐依赖）	媒介系统依赖理论	问卷调查
参见文献[26]	技术、组织、社会、个体	技术（平台质量、感知安全性）、组织（高层管理的支持、ESM 战略、便利条件、规模和结构）、社会（关键大多数、互惠性、社会氛围、连接感、社会联系、任务特性）、个体（声誉、乐于助人、个性、时间、自我效能）		访谈
参见文献[27]	技术、组织、社会、个体、任务	技术（平台质量和内容质量）、组织（高层支持与便利条件）、社会（关键大多数、沟通氛围）、个体（感知收益、知识效能和时间约束）、任务（任务不确定性和紧迫性）		访谈
参见文献[28]	技术、组织、社会、个体、任务	技术（平台质量和内容质量）、组织（社区管理、高层支持、战略、教育与培训）、社会（关键大多数、沟通氛围、社会存在）、个体（乐于助人、知识自我效能）、任务（任务不确定性和与业务流程的整合）		案例研究
参见文献[29]		形象管理		访谈
参见文献[30]		组织规范和政策	结构化理论	访谈、田野研究
参见文献[31]	任务、社会	任务（任务可分析性、任务紧迫性、任务复杂性）、社会（社会影响、社会亲密）	媒介丰富度，社会层面（social aspect）	问卷调查
参见文献[32]	未定义	高层参与、开放的组织文化和培训		问卷调查
参见文献[33, 34]	技术、社会、组织氛围	技术（相对优势、易用性、结果可阐述性和兼容性）、社会（声誉、感知的关键大多数）、组织氛围（信任、协作规范和社区联系）	创新扩散理论、社会资本理论	问卷调查
参见文献[35]	未定义	内容满足、过程满足、社会满足和过去的使用经验	使用与满足理论	问卷调查
参见文献[36]	未定义	实用价值与享乐价值		问卷调查
参见文献[37]	未定义	形象管理策略、内容质量、自我效能	形象管理理论	访谈、问卷
参见文献[38]		技术（系统设计特性）		访谈、问卷
参见文献[39]	技术、社会、知识共享结果的期望和 IT 相关的个体特征	技术（感知易用性、感知有用性和感知安全性）、社会（主观规范、感知网络外部性）、知识共享结果的期望（个人价值的实现、外部收益感知）、个体（计算机自我效能、创新性）	UTAUT	问卷

目前，从组织层面研究 ESM 采纳问题的文献较少。Saldanha 和 Krishnan 的研究表明组织对 ESM 的感知有用性和对开放标准的重视与 ESM 的采纳程度正相关，而感知的挑战性与 ESM 的采纳负相关^[40]。规模大的企业，处于知识密集型行业和创新密集型行业的企业采纳 ESM 的程度越高。Lattemann 等的研究表明以团队形式组织的企业及处于知识密集型行业的企业更易采纳 ESM，而规模越小的企业对使用 ESM 的态度越正面^[41]。Trimi 和 Galanxhi 的研究表明管理层与普通员工对 ESM 在组织沟通、协作上的感知收益的一致性会影响 ESM 的采纳程度，此外组织的规模和类型也有影响，非营利性组织不宜采纳 ESM^[42]。Bala 等分析了企业在实施 ESM 过程中面临的挑战，包括使用率低，无法与企业现有业务流程相整合以及不利于 ESM 实施的组织条件等^[43]。Baptista 和 Galliers 分析了企业在采纳 ESM 时使用的两类

模式,即封闭模式和开放模式,采用封闭模式的企业其内部沟通仍然是自上而下的单向的控制式的沟通,因此会造成自上而下和自下而上的沟通的冲突,而采用开放模式的企业其沟通模式会逐渐转变为双向的沟通^[44]。

ESM 与其他企业信息系统相比有其自身的特点,这也就决定了研究 ESM 的采纳问题要更加的复杂。首先,其他的企业信息系统都有其明确的功能和目标,而 ESM 是一种灵活性和延展性非常强的技术,其使用是与情境紧密相关的,不同的用户在不同的情境下可以用其来完成不同的任务和实现不同的目标。因此,在研究 ESM 采纳时,必须要考虑组织和任务等情境因素。其次,ESM 与其他信息系统在系统结构、信息传递和管理模式上都有不同,去中心化,自底向上的信息传递以及“媒体即社区”等都是 ESM 的显著特征。因此,ESM 的采纳并不是单纯的技术或工具在接受,还涉及社区的参与和融合,是两个层面的综合体。这些在现有研究中体现的还较少。此外,信息系统的采纳是一个连续的过程,包括初始的采纳、持续使用和后采纳,但目前的研究关注的都是初始的采纳问题,而缺少对持续使用和后采纳行为影响因素的研究。

5 员工对企业社交媒体使用行为的研究

现有的研究将员工对 ESM 的使用行为从不同的角度进行了划分。按使用的目的来分,已有文献的分类体系如表 3 所示。综合来看,从使用目的的角度,可以把员工对 ESM 的使用行为划分为认知型使用、社交型使用和享乐型使用,其中认知型使用是指员工通过使用 ESM 来获取知识和完成任务,社交型使用是指员工通过使用 ESM 来建立与维持与他人的联系,而享乐型使用是指员工通过 ESM 来放松和娱乐。按使用的范围来分,Kügler 等将员工对 ESM 的使用划分为用于团队内部沟通的使用和用于团队外部沟通的使用^[45]。

表 3 已有文献对 ESM 使用行为按使用目的的分类

分类	文献
工作相关的使用和享乐相关的使用	参见文献[46]
工作相关的使用和社交相关的使用	参见文献[47-49]
消费型使用、贡献型使用、享乐型使用和社交型使用	参见文献[3]
便利型使用、享乐型使用和实用型使用	参见文献[50]
社交型使用、享乐型使用和认知型使用	参见文献[51]
任务导向型使用和关系导向型使用	参见文献[52]
探索型使用和开发型使用	参见文献[53]

在对使用行为的分析上,Behrendt 等认为可以使用活动数据、内容数据、关系数据和体验数据来描述员工对 ESM 的真实使用行为,这四个维度的数据可以相互验证和补充,以提供对 ESM 使用情况的整体描述^[54]。基于此,本文也从数据来源的这四个维度对已有的研究进行了梳理,主要文献如表 4 所示。

表 4 有关 ESM 使用行为的研究文献

数据来源	含义	文献
活动数据	来自系统日志、cookies 等的使用数据	参见文献[46, 55-58]

续表

数据来源	含义	文献
内容数据	系统中的 UGC, 如消息、微博、博客、评论和状态更新等	参见文献[59-66]
关系数据	员工使用系统所产生的反映用户与用户间、用户与内容间关系的结构数据	参见文献[67-69]
体验数据	员工通过问卷、访谈等方式自我报告的系统使用数据	参见文献[48, 50, 70-77]

在使用活动数据的研究中, Pan 和 Millen 分析了员工在企业内部的社会书签系统上的收藏和打标签的行为^[55]。罗念龙等采用使用程度、波动幅度和使用轨迹三个指标描述了员工对企业内部博客的随时间变化的使用行为^[56]。Huang 等研究了 ESM 上内容的产生与消费过程, 结果表明与享乐相关的内容的产生与消费行为会对与工作相关的内容的产生与消费行为产生正向的溢出效应^[46]。Stieglitz 等^[57]、Kai 等^[58]利用员工对 ESM 的使用数据, 研究表明员工在 ESM 平台的活动水平(以发表的消息数来度量)对信息传播的影响要大于其在组织中的正式层级结构对信息传播的影响, 并且随着员工对 ESM 平台使用的成熟, 沟通网络的结构在各层级间的组成会更均衡。

在使用内容数据的研究中, 研究者通过内容分析和体裁分析等方法旨在弄清楚员工使用 ESM 的意图和模式。Seebach 采用内容分析的方法对某国际金融企业的微博进行了分析, 分析了员工搜寻的知识的类别如寻求意见、推荐和帮助等, 以及不同的知识类别对他人的回复时间和回复质量的影响^[59]。Risius 和 Beck 对 ESM 平台上的消息进行了定性和定量的分析, 他们将 ESM 上的沟通类型划分为四类, 即事实信息、自我陈述、关系指示和吸引^[60]。Riemer 等对企业微博和 Twitter 等公共微博平台上的内容作了体裁的对比, 发现两者有显著的不同, 企业中的员工以一种更具生产性的方式使用企业微博^[61]。Riemer 等^[62]、Richter 和 Riemer^[63]、Richter 等^[64]对多家企业 ESM 平台上的内容作了体裁分析和横向的比较, 发现企业的组织情景不同, 员工对 ESM 的使用模式也不同, 而组织情境相似的企业其使用模式也相似, 企业的管理层应该为 ESM 的采纳与使用提供合适的情境。Park 等对某企业微博进行了历时的内容分析, 分析了微博系统中沟通的类型和知识的类型, 研究表明随着企业的发展, 企业微博系统的使用逐渐从对显性知识的管理过渡到对隐性知识的管理^[65]。Krüger 等对一些企业制定的企业社交媒体使用指导进行了内容分析, 结果表明企业在制定社交媒体使用指导时要考虑企业的文化、员工的结构和目标团队的结构等^[66]。

使用关系数据的研究均采用了社会网络分析法, 对网络的中心性、关系强度等指标进行分析。Behrendt 等分析了员工所处的组织层级对员工在 ESM 平台上构建的沟通网络的网络位置和连接模式的影响^[67]。Berger 等识别了 ESM 平台上关键用户(即获得了最多点赞数和书签数的用户)的网络结构特征, 发现他们都位于好友网络和活动网络的中心位置^[68]。Li 等利用真实的数据度量了员工的结构、关系和认知社会资本, 并表明员工的社会资本与对企业博客的阅读行为正相关^[69]。

使用体验数据的研究与其他的相比在数量上是最多的, 这些研究使用的数据主要来自两个渠道, 一是通过问卷和访谈获取的, 二是通过实验方法获取的。Murthy 和 Lewis 对一个科研组织的问卷调查表明不同年龄的人对 ESM 的使用是不同的, 年轻人更倾向于使用 ESM 去创建协作社区, 而年长的人更倾向于使用 ESM 去社交^[70]。Cardon 和 Marshall 通过问卷的方式调查了商务人士使用 ESM 的频率, 他们对 ESM 在团队沟通与协作上的有效性的感知以及对 ESM 的态度^[71]。Figuroa 和 Cranefield 通过访谈的方法研究表明企业中位于不同管理层的员工对 ESM 在技术特性、采纳和个人技术成功等方面的感知不同会给 ESM 的使用带来负面的影响^[72]。Harden 研究了信任、风险与收益、关键大多数和社会影响对员工在 ESM 平台上的知识共享意图的影响^[73]。Sun 和 Shang 基于社会资本理论, 收集问

卷数据, 研究发现员工对社交媒体的与社交相关的使用可以有效促进其与工作相关的使用^[48]。Alarifi 等基于精确可能性模型, 采用问卷调查的方法研究了 ESM 上企业发布的激励信息对 lurker (潜水者) 和 poster (发帖者) 两类用户行为的影响^[74]。Engler 等基于理性行为理论、社会交互理论和期望调整理论研究了员工在 ESM 平台上的初始和持续的知识贡献行为^[75]。孙元等建构了员工持续使用企业内部微博和社会资本互动影响模型, 结果表明社会资本中的社会交互连接、信任和认同是决定员工持续使用企业内部微博意向的主要因素, 而员工持续使用企业内部微博的行为又能够提升其社会资本^[76]。Liu 和 Rau 研究了员工的两类自我构念, 即独立和依赖对员工在知识共享时的媒体选择的影响, 当与团队外部的人员共享时, 依赖型的员工更愿意使用 Wiki 而不是问答 (Q&A) 功能, 而当与团队内部的人员共享时, 在媒体选择上没有显著的差异^[77]。Cummings 和 Reinicke 通过实验的方法研究了员工对 ESM 的便利型使用、实用型使用和享乐型使用是如何影响其对 EMS 上其他员工个人资料的感知信任的^[50]。

综上, 目前对 ESM 使用行为的研究多是对员工在 ESM 上的参与水平, UGC 和网络建构行为进行描述和分析。由于 ESM 的高延展性, 不同的用户在不同的组织和任务情境下会产生不同的使用类型和使用效果, 因此, 用户在不同的情境下会形成怎样的使用类型以及如何形成这样的使用类型的是值得关注的一个研究问题。但目前只有 Richter 和 Riemer 等对于不同组织情境下用户的使用类型进行了分析。此外, 员工对 ESM 的使用是一种适应性系统使用行为, 员工是在与环境的交互过程中不断学习、调整和改进其对 ESM 的使用行为的, 但目前尚缺乏历时地对员工适应性使用行为的研究。

6 企业社交媒体的使用对个人及组织的影响

企业希望通过实施 ESM 达到改善沟通和协作, 促进知识共享和创新, 提升运营效率和绩效的目的, 因此 ESM 实施后员工的使用行为如何转化为价值一直也是学者们关注的一个重要问题, 目前相关的研究主要涉及个体、团队和组织三个层面。

个体层面的研究重点关注了员工对 ESM 的使用对员工个人的社会相关绩效和工作相关绩效的影响, 相关研究如表 5 所示。社会相关绩效包括与他人建立紧密的、良好的社会关系, 确保工作的安全性和加快新员工社会化过程等。工作相关绩效包括任务绩效、创新绩效和决策绩效。Jackson 等对企业博客的使用为员工带来的收益进行了研究, 研究表明社会收益是员工们使用企业博客最重要的目标^[78]。活跃用户获得的收益是最大的, 同时他们也是系统的核心, 能够为其他用户带来收益。Dimicco 等的研究表明 ESM 的使用有利于员工间建立与保持良好的关系^[79]。Gonzalez 等的研究表明, 员工对 ESM 的社交相关的使用有助于新员工的社会化过程, 提高员工对企业的归属感^[47]。Leidner 等的研究也表明企业 2.0 技术的应用有助于增强新员工对企业的归属感, 提升他们的精神面貌^[80]。Riemer 等发现企业微博平台可被员工用于提高任务绩效^[61]。Kügler 和 Smolnik 提出了一个概念模型用于从个体层面分析员工对 ESM 的使用对员工任务绩效、社会连接、决策绩效和创新绩效的影响^[81]。Leftheriotis 和 Giannakos 的研究也表明员工对社交媒体的使用与员工的工作绩效正相关^[36]。Kügler 等发现员工对 ESM 的使用会改善员工的任务绩效与创新绩效, 将 ESM 应用于团队内部的沟通对员工的任务绩效有更大的影响, 而将 ESM 应用于团队外部的沟通对员工的创新绩效有更大的影响^[45]。Ding 等研究了 ESM 的使用对员工的工作压力与创新性间的关系的调节作用, 员工对 ESM 的与工作相关的使用能强化这一关系, 而与社会相关的使用会弱化这一关系^[49]。

还有一些研究以社交网络结构和社会资本为中介变量, 研究了 ESM 的使用与员工个人绩效间的关系。Wu^[82]、Wu^[83]的研究表明员工采纳 ESM 的行为会改变员工的网络结构 (以结构洞来度量), 进

而带来信息多样性和社会沟通两方面的收益，从而提高了员工的工作绩效和工作的安全性。Kügler 等通过问卷调查的方法研究表明在 ESM 背景下，声誉和关键大多数两个变量会影响员工的社会连接度，而社会连接度会影响员工的工作绩效^[84]。Zhang 等基于适应性理论 (adaptability)，研究表明员工对社交媒体的使用可以增加员工间的网络连接，进而提高员工的适应性，最终提高员工的工作绩效^[85]。Riemer 等发现员工对 ESM 的使用所带来的其黏结型社会资本 (bonding capital) 的增加会提升其工作绩效，而桥接型社会资本 (bridging capital) 的增加与绩效的关系并不显著^[86]。Ali-Hassan 等发现员工对 ESM 的社交型使用、享乐型使用和认知型使用可以增加员工的结构、关系和认知社会资本，进而提高员工的任务绩效和创新绩效^[51]。Suh 和 Bock 的研究则表明员工对 ESM 的使用会改变员工在组内的中心性以及组间的结构洞，进而对员工的任务绩效起到正向的影响^[87]。相关研究如表 5 所示。

表 5 个体层面有关 ESM 的影响的研究

影响		研究方法	文献
社会相关 绩效	关系与工作安全性	访谈、问卷调查	参见文献[78]
		田野研究	参见文献[79]
		二手数据	参见文献[82, 83]
	社会化过程	问卷调查	参见文献[47]
		访谈	参见文献[80]
工作相关 绩效	任务绩效	问卷调查	参见文献[36, 45, 51, 81, 84, 85, 87]
		二手数据	参见文献[61, 82, 83, 86]
	创新绩效	问卷调查	参见文献[45, 49, 51, 81]
	决策绩效	问卷调查	参见文献[81]

在对 ESM 的使用对个体绩效的影响的研究中，任务的特性、工作的虚拟性等被认为对员工使用 ESM 与个体绩效间的关系起到调节作用。根据已有文献，本文整理出从个体层面分析 ESM 价值的研究框架如图 2 所示。

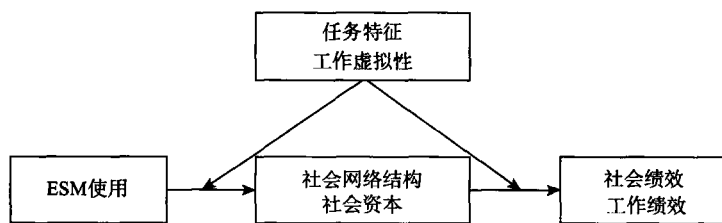


图 2 ESM 使用对个体绩效影响的分析框架

从团队层面的研究来看，Liu 等基于交互记忆系统理论，指出员工对 ESM 的使用有助于团队交互记忆系统的构建，进而有助于团队绩效的提高^[52]。Raeth 等将员工对 ESM 的使用划分为探索型的使用（即寻找新知识，替代已有知识）和开发型的使用（即通过对现有知识的传播、提炼与重用实现增量学习），并给出了一个多层次的模型用于同时分析 ESM 的使用对个体和团队绩效的影响^[53]。Gupta 和 Wingreen^[88]、Gupta 和 Wingreen^[89]的研究表明社交媒体的参与性、协作性与透明性能实现团队成员间更有效的沟通，进而增进团队的信任、满意度和凝聚感，减少团队的冲突。Cummings 和 Dennis 的研究表明虚拟团队成员在 ESM 平台上提供的信息的强度会影响成员对团队社会资本的感知，进而影响彼此之间的印象^[90]。

组织层面的研究以访谈、案例等定性研究为主，这些研究发现：首先，ESM 的使用有助于促进

社会资本的形,促进组织内部跨地理位置,跨组织层级的有效沟通和跨边界的协作^[16, 17, 91];其次,ESM 能够有效支持企业的知识管理过程^[92],包括个体知识管理过程和集体知识管理过程,提高员工的创造性^[93]。ESM 能提高知识的可见性有利于社会资本的形,进而促进企业内部知识的共享和整合,特别是有助于隐性知识的共享^[12-15, 94-98],从而帮助企业降低成本,提高绩效。Kettenbohrer 等认为 ESM 还能够有效地支持企业的业务流程管理,并给出了相应的管理框架^[99]。

从现有研究来看,目前对企业实施 ESM 后所带来的影响的研究主要集中在员工个人绩效的改善上,但许多企业特别是知识密集型企业的运营是以团队为单位的,而目前有关 ESM 实施后对团队整体的绩效的影响的研究还非常少。此外,目前的研究基本上采用的都是横截面数据,是基于单一时点的研究,缺少对 ESM 实施后的影响的历时的动态研究。

7 述评与展望

本文对国内外与企业社交媒体的概念、采纳、使用行为和影响相关的研究进行了系统的梳理,现有研究可以整合为如图 3 所示的框架模型。从图 3 中可以看出,员工采纳 ESM 会受到技术、组织、社会、个人与任务五方面因素的影响,员工采纳 ESM 后的使用行为会对个人、团队和组织带来影响。

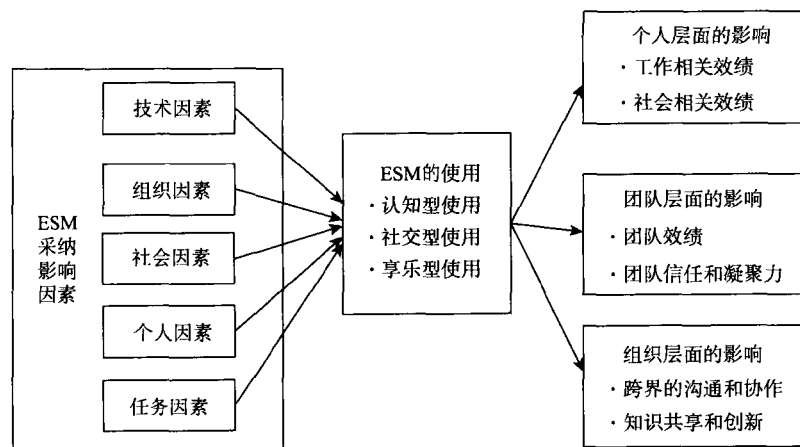


图 3 现有对 ESM 的研究的框架模型

通过对现有研究的分析,本文发现现有研究仍存在许多有待深入探讨的研究方向和视角。

(1) 有关 ESM 采纳和持续使用问题的研究。首先,ESM 自身的特性决定了其采纳问题与其他信息系统不同,ESM 的采纳并不是单纯的技术或工具接受,还涉及社区的参与和融合,是两个层面的综合体。因而,未来对 ESM 采纳问题的研究也应该从多个角度综合来考虑。其次,信息系统在组织中的扩散是一个多阶段的过程,采纳仅仅是系统实施成功的第一步,而信息系统能否真正成功以及信息系统的价值实现更依赖于系统采纳后用户的持续使用行为。但从目前的文献检索情况来看,少有对影响 ESM 持续使用的因素的研究。ESM 自身的特点决定了影响其持续使用的因素与其他企业信息系统或公开的社交媒体平台不同,在 ESM 背景下,员工的持续使用行为可能是主动的也可能是被动的。因此,对不同的持续使用行为进行界定,并深入研究影响 ESM 持续使用行为的因素是未来一个重要的研究方向。

(2) 有关 ESM 使用模式的研究。首先,ESM 是一种延展性很强的技术,不同的用户在不同的情境下使用 ESM 会形成不一样的使用特征和使用效果,因而,用户在不同情境下会产生怎样的使用

类型以及是如何形成这样的使用类型的是未来值得关注的研究问题。此外，员工对 ESM 的使用是一种适应性系统使用行为，员工是在与环境的交互过程中不断学习、调整和改进其对 ESM 的使用行为的，因而，还应按时间轴，对员工的适应性持续使用行为，如功能和技术特征的选择和使用，UGC 的发布等进行研究。其次，根据结构化理论，技术具有其社会性，它是人类行为与组织结构共同影响的产物。与其他信息技术相比，ESM 的社会性更加突出，ESM 在企业中的使用没有一个固定的模式，是随着组织结构和组织中人的行为的不同而不同。而反过来，根据结构化理论，技术的使用也会对组织的结构产生影响，因而研究 ESM 使用模式与组织结构之间的双向影响是未来一个可以重点研究的方向。

(3) 对 ESM 实施后的影响的跨层面的动态研究。目前对 ESM 实施后的影响的研究主要集中在对个体员工绩效的改善上，但许多企业特别是知识密集型企业的运营是以团队为单位的，而目前有关 ESM 实施后对团队整体的绩效的影响的研究非常少。此外，团队中的成员其个体绩效会受到团队中其他成员行为的影响，如团队的结构和成员间的关系等都会影响成员的绩效，而反过来团队中成员的个体绩效也会影响团队绩效，因此，后续的研究除了要关注团队层面的影响外，还应多关注跨层面的研究，即分析团队绩效和个体绩效间的交互影响。

(4) 中国文化情境下的 ESM 研究以及跨文化的比较研究。现有有关 ESM 的研究基本上都是在西方的文化情境下展开的，国内相关研究还非常匮乏。ESM 在企业的实施在很大程度上会受到使用者需求及组织文化等情境因素的影响，如员工的团队意识、层级意识和人际关系等，而这些因素在东西方文化背景下是有显著差异的。因此，未来有必要开展中国文化情境下以及跨文化情境下的有关 ESM 的研究。

(5) 多数据源相结合的研究。目前这一领域内的研究大多采用的是问卷调查或者访谈、案例研究的方法，数据来源以用户自报告的主观数据为主，少数使用二手数据的研究也都基本都只使用了企业的横截面数据。随着 ESM 在企业中应用的深入，企业内积累了大量的 ESM 的使用数据，因此，为了增强有关 ESM 研究的结果的可信性和客观性，未来研究在进行研究设计时应考虑多个数据来源，将主观数据与活动、内容和关系等 ESM 平台上的客观数据相结合。同时，还应采取长期追踪的方式收集历时数据进行动态的研究。历时数据的采集和使用对于研究 ESM 的持续使用行为和 ESM 的使用为个人和组织带来的影响有着十分重要的意义。

参考文献

- [1] McAfee A. Enterprise 2.0: the dawn of emergent collaboration[J]. MIT Sloan Management Review, 2006, 47(3): 19-28.
- [2] Leonardi P M, Huysman M, Steinfield C. Enterprise social media: definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations[J]. Journal of Computer-Mediated Communication, 2013, 19(1): 1-19.
- [3] Kügler M, Smolnik S. Uncovering the phenomenon of employees enterprise social software use in the post-acceptance stage-proposing a use typology[C]. Proceedings 22nd European Conference on Information Systems, Tel Aviv, Israel, 2014.
- [4] von Krogh G. How does social software change knowledge management? Toward a strategic research agenda[J]. The Journal of Strategic Information Systems, 2012, 21(2): 154-164.
- [5] Gibson J. The Theory of Affordances[M]. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1977.
- [6] Savoli A, Barki H. Functional affordance archetypes: a new perspective for examining the impact of it use on desirable outcomes[C]. Proceedings 34th International Conference on Information Systems, Milan, Italy, 2013.
- [7] Treem J W, Leonardi P M. Social media use in organizations: exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association[J]. Communication Yearbook, 2012, 36: 143-189.

- [8] Leonardi P M. Social media, knowledge sharing, and innovation: toward a theory of communication visibility[J]. *Information Systems Research*, 2014, 25 (4): 796-816.
- [9] Leonardi P M. Ambient awareness and knowledge acquisition: using social media to learn “who knows what” and “who knows whom” [J]. *MIS Quarterly*, 2015, 39 (4): 747-762.
- [10] Leonardi P M, Meyer S R. Social media as social lubricant how ambient awareness eases knowledge transfer[J]. *American Behavioral Scientist*, 2015, 59 (1): 10-34.
- [11] Ulmer G, Pallud J. Understanding usages and affordances of enterprise social networks: a sociomaterial perspective[C]. *Proceedings 20th Americas Conference on Information Systems*, Savannah, Georgia, USA, 2014.
- [12] Fulk J, Yuan Y C. Location, motivation, and social capitalization via enterprise social networking[J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2013, 19 (1): 20-37.
- [13] Majchrzak A, Faraj S, Kane G C, et al. The contradictory influence of social media affordances on online communal knowledge sharing[J]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2013, 19 (3): 38-55.
- [14] Cleveland S, Ellis T J. The role of microblogging capacities in knowledge sharing and collaboration in virtual team[C]. *Proceedings 21st Americas Conference on Information Systems*, Puerto Rico, USA, 2015.
- [15] Ellison N B, Gibbs J L, Weber M S. The use of enterprise social network sites for knowledge sharing in distributed organizations[J]. *American Behavioral Scientist*, 2015, 59 (1): 103-123.
- [16] Merz A B, Seeber I, Maier R. Social meets structure: revealing team collaboration activities and effects in enterprise social networks[C]. *Proceedings 23rd European Conference on Information Systems*, Münster, Germany, 2015.
- [17] Osch W V, Steinfield C W, Balogh B A. Enterprise social media: challenges and opportunities for organizational communication and collaboration[C]. *Proceedings 48th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, USA, 2015: 763-772.
- [18] Kane G C. Enterprise social media: current capabilities and future possibilities[J]. *MIS Quarterly Executive*, 2015, 14(1): 1-15.
- [19] Alqahtani F H, Watson J, Partridge H. Employees’ adoption of enterprise web 2.0: the role of technological attributes[C]. *Proceedings 17th Pacific Asia Conference on Information Systems*, Jeju Island, Korea, 2013: 222.
- [20] Alqahtani F, Watson J, Partridge H. Organizational support and enterprise web 2.0 adoption: a qualitative study[C]. *Proceedings 20th Americas Conference on Information Systems*, Savannah, Georgia, USA, 2014.
- [21] Antonius N, Xu J, Gao X. Factors influencing the adoption of enterprise social software in Australia[J]. *Knowledge-Based Systems*, 2015, 73: 32-43.
- [22] Arazy O, Gellatly I R. Corporate Wikis: the effects of owners “motivation and behavior on group members” engagement [J]. *Journal of Management Information Systems*, 2012, 29 (3): 87-116.
- [23] Buettner R. Analyzing the problem of employee internal social network site avoidance: are users resistant due to their privacy concerns?[C]. *Proceedings 48th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, USA, 2015: 1819-1828.
- [24] Charoensukmongkol P. Effects of support and job demands on social media use and work outcomes[J]. *Computers in Human Behavior*, 2014, 36: 340-349.
- [25] Chen X, Davison R, Huang Q. The impact of technology support for contextualization and media system dependency on enterprise social media use[C]. *Proceedings 21st Americas Conference on Information Systems*, Puerto Rico, 2015.
- [26] Chin C P Y, Evans N, Choo K K R. Exploring factors influencing the use of enterprise social networks in multinational professional service firms[J]. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 2015, 25 (3): 289-315.
- [27] Chin C P Y, Evans N, Choo R K K, et al. What influences employees to use enterprise social networks? A socio-technical perspective[C]. *Proceedings 19th Pacific Asia Conference on Information Systems*, Singapore, 2015.
- [28] Chin C P Y, Choo K K R, Evans N. Enterprise social networks: a successful implementation within a telecommunication company[C]. *Proceedings 21st Americas Conference on Information Systems*, Puerto Rico, 2015.
- [29] Gupta H, Nicholson B, Newman M. Assimilation of social media: researching challenges to adoption[C]. *Proceedings 19th Americas Conference on Information Systems*, Chicago, Illinois, USA, 2013.

- [30] Jarrahi M H, Sawyer S. Theorizing on the take-up of social technologies, organizational policies and norms, and consultants' knowledge-sharing practices[J]. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2015, 66 (1): 162-179.
- [31] Koo C, Wati Y, Jung J J. Examination of how social aspects moderate the relationship between task characteristics and usage of social communication technologies (SCTs) in organizations[J]. *International Journal of Information Management*, 2011, 31 (5): 445-459.
- [32] Korzynski P. Online networking and employee engagement: what current leaders do?[J]. *Journal of Managerial Psychology*, 2015, 30 (5): 582-596.
- [33] Kügler M, Smolnik S, Raeth P. Why don't you use it? Assessing the determinants of enterprise social software usage: a conceptual model integrating innovation diffusion and social capital theories[C]. *Proceedings 33rd International Conference on Information Systems*, Orlando, Florida, USA, 2012.
- [34] Kügler M, Smolnik S, Raeth P. Determining the factors influencing enterprise social software usage: development of a measurement instrument for empirical assessment[C]. *Proceedings 46th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii , USA, 2013: 3635-3644.
- [35] Lee C S, Watson-Manheim M B, Chudoba K M, et al. Use of social media in the workplace[C]. *Proceedings 17th Pacific Asia Conference on Information Systems*, Jeju Island, Korea, 2013: 82.
- [36] Leftheriotis I, Giannakos M N. Using social media for work: losing your time or improving your work? [J]. *Computers in Human Behavior*, 2014, 31: 134-142.
- [37] Ortbach K, Recker J C. Do good things and talk about them: a theory of academics usage of enterprise social networks for impression management tactics[C]. *Proceedings 35th International Conference on Information Systems*, Auckland, New Zealand, 2014.
- [38] Paluch S, Egbert D, Blut M. Acceptance of social media by organizational users-testing the impact of system design features[C]. *Proceedings 36th International Conference on Information Systems*, Fort Worth, Texas, USA, 2015.
- [39] Wang T, Jung C H, Kang M H, et al. Exploring determinants of adoption intentions towards enterprise 2.0 applications: an empirical study[J]. *Behaviour & Information Technology*, 2014, 33 (10): 1048-1064.
- [40] Saldanha T J V, Krishnan M S. Organizational adoption of web 2.0 technologies: an empirical analysis[J]. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 2012, 22 (4): 301-333.
- [41] Lattemann C, Pollock A, Beinholf F. Drivers and obviations for using social media in companies-insights from an online-survey on firms in german-speaking countries[C]. *Proceedings 20th Americas Conference on Information Systems*, Savannah, Georgia, USA, 2014.
- [42] Trimi S, Galanxhi H. The impact of enterprise 2.0 in organizations[J]. *Service Business*, 2014, 8 (3): 405-424.
- [43] Bala H, Massey A P, Rajanayakam J, et al. Challenges and outcomes of enterprise social media implementation: insights from cummins Inc.[C]. *Proceedings 48th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii , USA, 2015: 1839-1848.
- [44] Baptista J, Galliers R D. Social media as a driver for new rhetorical practices in organisations[C]. *Proceedings 45th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, USA, 2012: 3540-3549.
- [45] Kügler M, Smolnik S, Kane G. What's in IT for employees? Understanding the relationship between use and performance in enterprise social software[J]. *The Journal of Strategic Information Systems*, 2015, 24: 90-112.
- [46] Huang Y, Singh P V, Ghose A. A structural model of employee behavioral dynamics in enterprise social media[J]. *Management Science*, 2015, 61 (12): 2825-2844.
- [47] Gonzalez E, Leidner D, Riemenschneider C, et al. The impact of internal social media usage on organizational socialization and commitment[C]. *Proceedings 34th International Conference on Information Systems*, Milano, Italy, 2013.
- [48] Sun Y, Shang R A. The interplay between users' intraorganizational social media use and social capital[J]. *Computers in Human Behavior*, 2014, 37: 334-341.
- [49] Ding G, Liu H, Wei S, et al. Leveraging work-related stressors for employee innovation: the moderating role of enterprise social networking use[C]. *Proceedings 36th International Conference on Information Systems*, Fort Worth, Texas, USA, 2015.

- [50] Cummings J, Reinicke B. Enterprise SNS use and profile perceptions: a comparison of cultures[C]. Proceedings 20th Americas Conference on Information Systems, Savannah, Georgia, USA, 2014.
- [51] Ali-Hassan H, Nevo D, Wade M. Linking dimensions of social media use to job performance: the role of social capital[J]. The Journal of Strategic Information Systems, 2015, (24): 65-89.
- [52] Liu H, Chen Z, Ke W, et al. The impact of enterprise social networking use on team performance: transactive memory system as an explanation mechanism[C]. Proceedings 18th Pacific Asia Conference on Information Systems, Chengdu, China, 2014.
- [53] Raeth P, Kügler M, Smolnik S. Measuring the impact of organizational social web site usage on work performance: a multilevel model[C]. Proceedings 32nd International Conference on Information Systems, Shanghai, China, 2011.
- [54] Behrendt S, Richter A, Trier M. Mixed methods analysis of enterprise social networks[J]. Computer Networks, 2014, 75: 560-577.
- [55] Pan Y X, Millen D R. Information sharing and patterns of social interaction in an enterprise social bookmarking service[C]. Proceedings 41st Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA, 2008: 158.
- [56] 罗念龙, 郭迅华, 陈国青. 企业内部博客的持续使用模式分析[J]. 信息资源管理学报, 2012, (2): 30-39.
- [57] Stieglitz S, Riemer K, Meske C. Hierarchy or activity? The role of formal and informal influence in eliciting responses from enterprise social networks[C]. Proceedings 22nd European Conference on Information Systems, Tel Aviv, Israel, 2014.
- [58] Kai R, Stieglitz S, Meske C. From top to bottom—investigating the changing role of hierarchy in enterprise social networks [J]. Business & Information Systems Engineering, 2015, 57 (3): 197-212.
- [59] Seebach C. Searching for answers—knowledge exchange through social media in organizations[C]. Proceedings 45th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA, 2012: 3908-3917.
- [60] Risius M, Beck R. You reap what you sow? How knowledge exchange effectiveness is affected by different types of communication in enterprise social media[C]. Proceedings 47th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA, 2014: 540-549.
- [61] Riemer K, Richter A, Seltsikas P. Enterprise microblogging: procrastination or productive use?[C]. Proceedings 16th Americas Conference on Information Systems, Lima, Peru, USA, 2010.
- [62] Riemer K, Altenhofen A, Richter A. What are you doing?—enterprise microblogging as context building[C]. Proceedings 19th European Conference on Information Systems, Helsinki, Finland, 2011: 252.
- [63] Richter A, Riemer K. The contextual nature of enterprise social networking: a multi case study comparison[C]. Proceedings 21st European Conference on Information Systems, Utrecht, The Netherlands, 2013: 94.
- [64] Richter D, Richter A, Hamann J, et al. Infrastructures-in-practice: cultivating enterprise microblogging[C]. Proceedings 46th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA, 2013: 670-679.
- [65] Park A, Kang M S, Lee K J. Case study on the enterprise microblog usage: focusing on knowledge learning[C]. Proceedings 19th Pacific Asia Conference on Information Systems, Singapore, 2015.
- [66] Krüger N, Brockmann T, Stieglitz S, et al. A framework for enterprise social media guidelines[C]. Proceedings 19th Americas Conference on Information Systems, Chicago, Illinois, USA, 2013.
- [67] Behrendt S, Klier J, Klier M, et al. The impact of formal hierarchies on enterprise social networking behavior[C]. Proceedings 36th International Conference on Information Systems, Fort Worth, Texas, USA, 2015.
- [68] Berger K, Klier J, Klier M, et al. “Who is key...?” —characterizing value adding users in enterprise social networks[C]. Proceedings 22nd European Conference on Information Systems, Tel Aviv, Israel, 2014.
- [69] Li N, Guo X, Chen G, et al. Reading behavior on intra-organizational blogging systems: a group-level analysis through the lens of social capital theory[J]. Information & Management, 2015, 52 (7): 870-881.
- [70] Murthy D, Lewis J P. Social media, collaboration, and scientific organizations[J]. American Behavioral Scientist, 2015, 59 (1): 149-171.
- [71] Cardon P W, Marshall B. The hype and reality of social media use for work collaboration and team communication[J]. International Journal of Business Communication, 2015, 52 (3): 273-293.

- [72] Figueroa J, Cranefield J. Creating and sharing knowledge through a corporate social networking site: the impact of employees' perceptions on effectiveness[C]. Proceedings 16th Pacific Asia Conference on Information Systems, Ho Chiminh City, Vietnam, 2012.
- [73] Harden G. Knowledge sharing in the workplace: a social networking site assessment[C]. Proceedings 45th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA, 2012: 3888-3897.
- [74] Alarifi A H E, Sadera D, Recker J. Posters versus lurkers: improving participation in enterprise social networks through promotional messages[C]. Proceedings 36th International Conference on Information Systems, Fort Worth, Texas, USA, 2015.
- [75] Engler T H, Alpar P, Fayzimurodova U. Initial and continued knowledge contribution on enterprise social media platforms[C]. Proceedings 23rd European Conference on Information Systems, Münster, Germany, 2015.
- [76] 孙元, 彭新敏, 潘绵霖. 员工持续使用企业内部微博与社会资本互动影响机制研究[J]. 商业经济与管理, 2015, (2): 27-35.
- [77] Liu J, Rau P L P. Impact of self-construal on choice of enterprise social media for knowledge sharing[J]. Journal of Computational & Theoretical Nanoscience, 2014, 42 (7): 1077-1089.
- [78] Jackson A, Yates J, Orlikowski W. Corporate blogging: building community through persistent digital talk[C]. Proceedings 40th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA, 2007: 80.
- [79] Dimicco J M, Geyer W, Millen D R, et al. People sensemaking and relationship building on an enterprise social network site[C]. Proceedings 42nd Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA, 2009: 1-10.
- [80] Leidner D, Koch H, Gonzalez E. Assimilating generation Y it new hires into USAA's workforce: the role of an enterprise 2.0 system[J]. MIS Quarterly Executive, 2010, 9 (4): 83-84.
- [81] Kügler M, Smolnik S. Just for the fun of it? Towards a model for assessing the individual benefits of employees' enterprise social software usage[C]. Proceedings 46th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA, 2013: 3614-3623.
- [82] Wu L. Social network effects on performance and layoffs: evidence from the adoption of a social networking tool[C]. Proceedings 32nd International Conference on Information Systems, Shanghai, China, 2011.
- [83] Wu L. Social network effects on productivity and job security: evidence from the adoption of a social networking tool[J]. Information Systems Research, 2013, 24 (1): 30-51.
- [84] Kügler M, Dittes S, Smolnik S, et al. Connect me! Antecedents and impact of social connectedness in enterprise social software[J]. Business & Information Systems Engineering, 2015, 57 (3): 181-196.
- [85] Zhang X, Chen H, Sun Y. Enhancing creativity or wasting time?: the mediating role of adaptability on social media-job performance relationship[C]. Proceedings 19th Pacific Asia Conference on Information Systems, Singapore, 2015.
- [86] Riemer K, Finke J, Hovorka D. Bridging or bonding: do individuals gain social capital from participation in enterprise social networks?[C]. Proceedings 36th International Conference on Information Systems, Fort Worth, Texas, USA, 2015.
- [87] Suh A, Bock G W. The impact of enterprise social media on task performance in dispersed teams[C]. Proceedings 48th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA, 2015: 1909-1918.
- [88] Gupta H, Wingreen S C. Understanding the mediating role of social media in virtual team conflicts[C]. Proceedings 18th Pacific Asia Conference on Information Systems, Chengdu, China, 2014: 32.
- [89] Gupta H, Wingreen S C. Examining the effect of social media tools on virtual team conflicts: a process model[C]. Proceedings 19th Pacific Asia Conference on Information Systems, Singapore, 2015: 68.
- [90] Cummings J, Dennis A. Do SNS impressions matter? Virtual team and impression formation in the era of social technologies[C]. Proceedings 20th Americas Conference on Information Systems, Savannah, Georgia, USA, 2014.
- [91] Gibbs J L, Eisenberg J, Rozaidi N A, et al. The "megapozitiv" role of enterprise social media in enabling cross-boundary communication in a distributed Russian organization[J]. American Behavioral Scientist, 2014, 59 (1): 75-102.
- [92] Sigala M, Chalkiti K. Knowledge management, social media and employee creativity[J]. International Journal of Hospitality Management, 2015, 45: 44-58.
- [93] Razmerita L, Kirchner L, Nabeth T. Social media in organizations: leveraging personal and collective knowledge processes[J]. Journal of Organizational Computing & Electronic Commerce, 2014, 24 (1): 74-93.

- [94] Bibbo D, Sprehe E, Michelich J, et al. Employing Wiki as a collaborative information repository in a media and entertainment company: the NBC universal case[C]. Proceedings 31st International Conference on Information Systems, Saint Louis, Missouri, USA, 2010.
- [95] Zhang Y, Fang Y, He W. Wiki-induced cognitive elaboration in project teams: an empirical study[C]. Proceedings 32nd International Conference on Information Systems, Shanghai, China, 2011.
- [96] 盛小平, 田倩. 企业 2.0 在知识管理中的应用研究[J]. 情报理论与实践, 2011, 34 (2): 46-48.
- [97] 金昕, 陈松, 夏敬华. 基于企业 2.0 的群体式创新模式研究[J]. 科技进步与对策, 2013, 29 (24): 5-8.
- [98] 赵英, 杨阁, 谢彩云. 基于 SNA 社交媒体对企业知识共享的影响研究[J]. 财经科学, 2014, (10): 92-100.
- [99] Kettenbohrer J, Fischer D, Beimborn D, et al. How social software can support business process management-developing a framework[C]. Proceedings 21st Americas Conference on Information Systems, Puerto Rico, 2015.

Review on Enterprise Social Media: Concept, Adoption, Usage and Impacts

MIAO Rui^{1, 2}, HUANG Lihua¹

(1.School of Management, Fudan University, Shanghai 200433, China)

(2.School of Management Science and Engineering, Dongbei University of Finance and Economics, Dalian 116025, China)

Abstract As enterprise social media (ESM) is widely and deeply applied in enterprise management, ESM has become the focus of research for both academics and practitioners. This paper firstly reviews the studies on the concept of ESM, the adoption of ESM, the usage patterns of ESM, and the impacts of ESM in respective. Then the shortcomings of current research are pointed and some suggestions for future research are put forward.

Key words enterprise social media, concept, adoption, usage patterns, impacts

作者简介

苗蕊 (1982—), 女, 复旦大学管理学院博士后, 东北财经大学管理科学与工程学院讲师, 研究方向为电子商务和信息管理。E-mail: ruimiaodufe@163.com。

黄丽华 (1965—), 女, 复旦大学管理学院教授, 博士生导师, 研究方向为信息管理、电子商务和两化融合等。E-mail: lhhuang@fudan.edu.cn。