人工智能情感支持对企业内部社会资本的影响

——员工外倾性的调节效应检验

郭帅斌，赵雪凌

（大连交通大学经济管理学院，大连 116028）

摘要： 随着人工智能(AI)技术的快速发展，其情感支持功能越来越受到企业员工的青睐，这对员工的人际关系产生了一定影响，以员工关系为关键构件的企业内部社会资本也势必会受到冲击。目前关于人工智能对企业内部社会资本影响的研究，尤其是从人工智能情感支持视角出发的探讨非常有限。因此，通过问卷调查法，收集了301名员工数据进行分析，探讨人工智能情感支持对企业内部社会资本的影响。研究结果显示：人工智能情感支持对企业内部结构、关系和认知型社会资本均产生显著正向影响；员工外倾性显著强化了人工智能情感支持对企业内部结构型社会资本和关系型社会资本的正向作用，对认知型社会资本的调节效应不显著。企业应重视人工智能情感功能在工作场所中的影响，结合员工的个体差异，进行合理的引导和规划，将其变为提升企业内部社会资本的有效工具。

关键词： 人工智能；情感支持；企业内部社会资本；外倾性

中图分类号： F272 **文献标志码：** A **文章编号：** 1671－1807(2026)11－0251－08

随着人工智能(artificial intelligence，AI)技术的快速发展与数字化进程的不断深入，AI已不再仅仅扮演传统工具性角色，而是日益深入地渗透到组织管理与员工日常工作的各个层面，甚至开始在情感交互领域展现其独特的潜力[1]。AI通过自然语言处理、情感计算等技术，识别、理解并回应人类用户的情感需求，提供陪伴、安慰、鼓励等情感支持。其情感支持功能已在通用型AI(如ChatGPT、DeepSeek)或专门的情感AI(如Woebot)中被广泛应用，能够快速及时地响应人类情感，并提供情绪慰藉[2]。在这一背景下，AI情感支持(AI emotional support)作为一种新兴的人机互动形式，正逐渐受到学术界与企业界的广泛关注。在工作中，员工面临的情绪与心理压力不容忽视，但寻求及时有效的人际抚慰并非易事，线下面对面的情感疏通和交流不仅可能耗费他人精力，也未必总能获得积极回应。这时AI以其私密性、即时性等特点，为员工提供了一个无须顾及印象和互惠压力的情绪管理新渠道[3]。因此，员工日益倾向于向AI寻求情感支持，这也为企业管理带来了新的可能性。

现有关于AI在组织应用中的研究大多集中在其对工作效率提升、任务自动化、决策支持等方面的影响。并侧重探讨其对工作绩效等任务结果的直接影响[4]。少数研究开始关注AI与员工福祉、人机交互体验[5]，但仍局限于AI的任务替代功能。情感支持在人际互动中至关重要，深刻影响着员工在工作中的归属感、认同感及同事间的亲密关系[6]。研究表明，AI情感支持能够通过促进员工的关系反思进而提升关系重塑[7]，而关系重塑的增强有助于企业内部人际关系网络的优化与拓展，这构成了企业社会资本积累的重要基础。然而，当前关于AI情感支持与企业内部社会资本之间的研究仍处于空白。依据企业社会资本理论，企业社会资本是以一定的社会关系为基础的，是通过人际互动形成的社会关系网络，其由结构维度、关系维度和认知维度构成[8-9]。陈佳颖等[7]研究证实AI情感支持能够在个体层面促进人际关系重塑，但这会对组织内部的社会资本造成何种影响目前尚未被明确揭示。具体来说，AI情感支持是否能够增加员工间的互动频率和网络密度？是否能够深化同事间的信任和互惠关系？以及是否能够强化组织内部的认知一致性和共同愿景？这些维度层面的机制问题仍缺乏实证支持。另一方面，企业社会资本的文献也主要根植于人际互动理论，较少涉及新兴技术(尤其是具备情感交互能力的AI)作为社会资本形成

收稿日期： 2026-01-05

作者简介： 郭帅斌(2001—)，男，山西临汾人，硕士研究生，研究方向为企业管理；通信作者赵雪凌(1977—)，女，辽宁鞍山人，副教授，硕士研究生导师，研究方向为技术经济管理。

和发展的影响因素。因此,当AI开始提供情感支持时,这种新兴的互动形式将对传统意义上基于人际互动构建的企业社会资本有何影响?这构成了研究的核心出发点。

同时,个体对外在环境与社会互动的反应存在显著差异,在人机互动过程中可能扮演重要的调节角色。其中外倾性(extraversion)作为核心人格特质之一,反映了个体关注和依赖社会联系的程度[10],显著影响个体的社交行为、情感表达及对新兴技术的接纳程度。高外倾性的个体通常热情活泼,更容易接受和内化来自外部社会环境的反馈,将人际关系视为自我概念的核心部分,从而进行自我评估[11]。相反,低外倾性的个体对社会联系的需求较低,通常不会将社交关系视为自我概念的核心部分,降低了后续评估和改进其行为的可能性。这意味着,面对同样的AI情感支持信息,不同外倾性水平的员工可能在社交行为表现上产生差异,从而对企业内部社会资本3个维度的积累产生不同程度的影响。然而,目前研究较少引入个体边界条件进行调节检验。尤其是针对外倾性这一与社交行为高度相关的人格特质,在AI情感支持与企业内部社会资本关系中的调节作用尚缺乏实证证据。这不仅限制了对不同员工群体差异化响应的理解,也削弱了AI情感支持在组织层面影响机制的完整性。基于此,探究外倾性在AI情感支持与企业内部社会资本关系间的调节角色,对于揭示个体差异如何放大或削弱技术支持的社会资本效应,具有重要的理论与实践意义。

综上所述,尽管已有研究指出AI情感支持有助于增强员工人际关系,但其对企业内部社会资本3个维度的系统影响仍缺乏深入分析;同时,外倾性人格特质在这一过程中的调节作用也尚未得到充分实证检验。因此,研究旨在填补这些缺口,通过构建理论模型,系统探讨AI情感支持对企业内部社会资本结构、关系和认知3个维度的影响,以及外倾性作为边界条件的调节效应。

1 理论基础与研究假设

1.1 AI情感支持与企业内部社会资本

AI情感支持是人工智能系统(如ChatGPT、DeepSeek,包括专门的情感AI如Woebot)向用户提供情感慰藉、理解和陪伴的能力。其通过分析用户输入的语言、语音识别情感状态,并生成相应的回应策略。例如,虚拟人类Julie通过预编程的情感支持脚本(如"我理解你的感受")提供安慰,而聊天机器人Replika则通过开放式对话引导用户自我披露,并以共情性语句强化情感连接[12]。AI情感支持的基础源于人类对社会支持的需求,以及人工智能在模拟人类交互方面的进步。它与传统的人类社会支持类似,但由机器提供,具备全天候在线、无评判性等独特优势。员工在与AI交流时,通常不会感到被评判或暴露隐私的担忧,这降低了自我披露的门槛,使员工更愿意分享个人情感和经历[13]。在这一过程中,个体会将AI视为"社会代理",AI情感支持与人际情感支持会形成对照,触发员工的自我概念评估,促使其反思现有人际关系的不足(如沟通频率)[7]。使其更愿意深度思考与同事的互动模式,主动调整关系,进而影响企业的内部社会关系。企业内部社会资本是根植于企业组织边界内,由员工间的信任关系、共享规范、信息沟通网络以及集体认同所构成的宝贵无形资产,它对于促进内部知识共享、降低内部交易成本、增强团队凝聚力以及提升整体组织承诺至关重要。现在主流的研究大多按照Nahapiet和Ghoshal[9]的3维度划分,即社会资本应该被分为3个维度:结构、关系和认知维度。研究认为AI情感支持会对企业内部社会资本的这3个维度产生影响。

企业内部结构型社会资本关注企业内部组织系统的属性和关系网络的连接与模式,包括人或部门之间联系的模式。其核心功能在于提供获取人员和资源的途径网络,关键在于个人拥有的联系数量、与谁联系以及这些联系的强度。连结强度体现了组织成员间关系的紧密程度,并随着互动和交流频率的增加而增强[14]。AI情感支持虽然不直接创建人际网络联系,但其对个体心理福祉有深远影响,可以显著提升员工参与人际互动的能力和意愿[13]。其能够有效缓解员工的孤独感、焦虑和情感疲劳。当个体心理状态得到改善,心理负担减轻时,他们通常会表现出更高的自信心,社交焦虑感也会降低,更愿意主动参与人际互动。这种提高的互动意愿,会促使组织内部人际互动频率增加,质量提升。例如,员工可能更乐于参与非正式对话,更积极地在团队讨论中发言,甚至主动发起新的协作。这些积极互动进而有助于形成新的联系,从而提高整体网络的密度和覆盖范围。基于上述推导,提出如下假设。

H1a:人工智能情感支持正向影响企业内部结构型社会资本。

企业内部关系型社会资本考量员工间的相互尊重的程度、信任度高低以及彼此的承诺等。关系的质量决定了企业员工之间信息交换的程度以及

彼此开诚布公地交流意见的机会多少。当 AI 帮助员工管理压力、孤独感和情感疲劳时,员工的情绪状态会更佳,心理负担减轻,从而更有可能进行积极、建设性的人际互动,减少冲突和误解,进而促进同事间的信任和互惠关系[15]。AI 情感支持也会通过激发员工对人际关系的反思,评估现有关系质量、通过关系重塑,识别改进需求,进而推动其主动调整互动模式、深化社交投入,增强同事间信任感、强化互惠规范[7],最终提升企业内部社会资本的关系维度。基于上述推导,提出如下假设。

H1b:人工智能情感支持正向影响企业内部关系型社会资本。

企业内部认知型社会资本是组织成员在共享的意识形态、价值观和认知框架下所形成的共同愿景与共同理解,其中共同愿景体现了组织成员所共同拥有的期望、价值观、使命及目标等,其能使全体成员紧密连接在一起,淡化组织成员间的个人利益冲突[9],AI 在情感支持过程中,常使用标准化且易理解的情绪标签(如"我理解你的感受"),也会针对用户历史互动生成个性化"愿景提醒"和"价值观共鸣"消息,帮助员工在日常觉察中不断强化组织使命感,员工在反思后可能将这些正向话语模式带入与同事的日常沟通中,逐步形成团队内部的"情感支持话语体系",提高信息共享与理解效率。另外,人工智能在与员工互动中会进行理性、分析性的反馈(如建议分步应对压力情境的方法),员工随后在关系反思中,往往会将这种分析框架引入团队协作与决策讨论,推动团队形成统一的问题诊断与解决框架,进而提升组织整体的认知一致性。通过 AI 情感支持,员工在情绪稳定和积极心态下,可能更容易理解和认同企业的共同愿景和价值观。基于上述推导,提出如下假设。

H1c:人工智能情感支持正向影响企业内部认知型社会资本。

1.2 外倾性的调节作用

AI 情感支持对企业内部社会资本的作用机制主要聚焦于社交背景,其本质是企业内部成员在组织内部社会互动下的与他人关系重塑的过程。员工的外倾性作为与社会交往密切相关的人格特质,其水平的高低影响着以员工为主要载体的内部社会资本在多大程度上会受到社会互动的影响。

外倾性高的员工本身更倾向于主动寻求和维系广泛的社会网络(如参加更多社交活动、主动建立新联系),他们更容易将 AI 在情感支持中体现的"无条件关注"和"及时响应"作为一种社交信号内化,AI 情感支持提供的人际互动方面的信息和情感反馈,提升了外倾性个体的自我价值感和社交自信,使其更愿意主动发起与同事或跨部门的互动[7],借助 AI 支持所获得的积极情感体验,进一步向人际网络外延伸,将这种经验迁移到更多同事身上,拓展关系网络的"弱联系"数量,从而增强结构资本。高外倾者对积极情感支持往往具有更高的敏感度和回应度,更容易与 AI 情感支持的"拟人化"回应产生共鸣,即使知道 AI 不具备真情实感,也可能因其功能性支持而产生功能性信任[16]。将 AI 的情感"鼓励""认可"解读为信任信号,将这种信任感延伸到其人际关系中,从而在与同事或团队的互动中表现出更高的开放性与互惠倾向,进一步加强了成员间的情感联结和信任强度。外倾性高的员工在群体中也更倾向于表达与讨论[10],当 AI 提供情感支持的同时,通过共情式反馈帮助澄清组织目标与价值观,外倾员工更容易在团队讨论中积极地与团队成员分享这些认知洞见,引用并强化这些共同陈述,推动认知共识的形成。

而外倾性低的个体不容易接受和内化外部反馈[17]。当面对 AI 提供的社会互动相关信息时,低外倾者会因社交动机不足而对 AI 的情感反馈反应平淡,因此不会主动寻求组织内新的结构网络连接,也难以与原组织成员激发更深层的互惠行为。在 AI 情感支持通过"共情式"对话向低外倾员工强化共同语言和意义建构时,他们可能会保持相对被动,不利于认知一致性的提升。基于上述推导,提出如下假设。

H2a:员工外倾性正向调节人工智能情感支持与企业内部结构型社会资本之间的关系;

H2b:员工外倾性正向调节人工智能情感支持与企业内部关系型社会资本之间的关系;

H2c:员工外倾性正向调节人工智能情感支持与企业内部认知型社会资本之间的关系。

研究模型如图 1 所示。

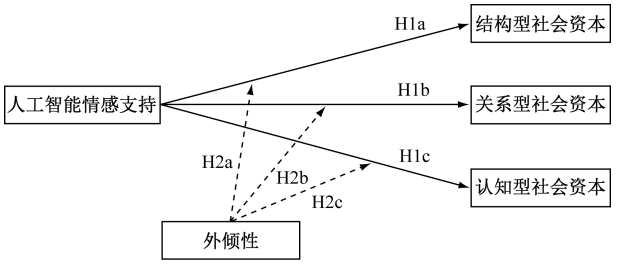


图 1 研究模型

2 研究设计

2.1 研究样本

研究采用便利抽样的方法，通过问卷星和腾讯云平台针对一、二线城市企业员工发放问卷，并进行了逻辑校验，确保参与者认真且准确地填写。研究共回收问卷385份，通过严格筛选，排除了质量不符合标准的问卷(如选项填写具有明显规律的或问卷填写明显雷同的)。最终获得301份有效问卷。在301份有效问卷中，男性占比36.2%，女性占比63.8%；年龄主要集中在20～30岁，占比53.5%；学历以大学本科为主，共189人，占比62.8%；职务中一般员工占比53.8%，然后是基层管理人员占比29.9%；企业中民营企业占比51.8%，然后是国有企业占比21.9%。女性、年轻员工、一般员工和民营企业占比偏高。女性和年轻员工可能源于其对AI情感支持主题的关注度、参与意愿更高[3]；中高层管理者工作具有高紧凑性、高私密性特征，线上调研渠道的触达难度更高，且AI情感支持作为面向企业基层的职场情绪管理工具，一般员工与基层管理者是核心使用者[5]；在一、二线城市市场经济主体中，民营企业的数量规模和就业岗位占比较大，样本结构与区域企业实际分布一致，且民营企业管理机制更灵活，受市场竞争驱动对AI数字化工具的应用意愿与落地程度更高，员工对AI情感支持的调研参与意愿也更高。

2.2 变量测量

在设计量表时，优先采用了国际上公认的成熟量表。问卷分为两大部分：企业及员工的基本信息和测量量表。其中，控制变量涵盖了年龄、性别、教育程度、职务及企业性质。年龄可能会影响个体社会网络的规模与构成，进而影响其在组织中的关系建立方式和社会资本积累路径。同时，性别差异会影响个体的人际交往风格、信任建立与自我披露行为，从而对组织内部社会资本的形成产生潜在影响[18]。教育程度、职务通过影响个体的认知能力、沟通效率及专业信任水平，对共同语言和共享认知具有重要影响[19]。此外，不同企业性质在治理结构、资源获取渠道与组织文化方面存在显著差异，这些制度性特征会进一步影响员工之间的互动模式、信任水平及认知一致性，导致企业内部社会资本的系统性差异[20]。因此，在实证分析中对相关变量进行了控制，各变量采用单题项的方式测量。研究变量的测量均采用Likert 5点量表，评分从1(非常不符合)到5(非常符合)。以下为5个测量变量。

(1)人工智能情感支持。参考陈佳颖等[7]的研究，改编Methot等[21]开发的量表，共5个题项。原量表针对人类间多重关系，为适应人机互动将其改编为AI情境(如将“朋友”改为“人工智能”)，保留5题项；预测试在50名员工中进行，Cronbach's α 值为0.85，KMO(Kaiser-Meyer-Olkin Measure)为0.80，无须进一步调整。例题如“人工智能给我鼓励和情感支持”。在正式研究中，该量表的Cronbach's α 为0.84。

(2)结构型社会资本。企业内部社会资本的3个维度主要采用了仇中宁和陈传明[22]在2013年提出的内部社会资本量表。该量表原用于传统组织情境，通过预测试验证了其在AI情感支持情境下的适用性(因子载荷＞0.6，平均提取方差值AVE＞0.48)。其中结构型社会资本共有4个题项。例题如“我与同事间关系很紧密”。该量表的Cronbach's α 为0.81。

(3)关系型社会资本。共有4个题项，例题如“我总是相信其他同事都具有足够的专业能力胜任本职工作”。该量表的Cronbach's α值为0.78。

(4)认知型社会资本。共有3个题项，例题如“我对企业的未来具有同样的雄心和愿景”。该量表的Cronbach's α 为0.77。

(5)外倾性。该变量的测量采用Donnellan等[23]开发的量表，共4个题项。采用“翻译-回译”程序，该量表在中文情境下也已被验证[7]。例题如“在聚会中十分活跃”。该量表的Cronbach's α 为0.87。

3 数据分析及结果

3.1 共同方法偏差检验

由于问卷调查中各变量均由同一填答者在同一时间填写，因此容易出现共同方法偏差的问题。首先利用Harman单因子探索性因子分析(exploratory factor analysis EFA)检验，结果表明，第1个因子解释了36.8%的变异，未超过50%。表明测量变量间不存在严重的共同方差问题。其次，进行Harman单因子验证性因子分析(confirmatory factor analysis，CFA)检验，将共同方法偏差效应作为潜变量引入结构方程模型中，进行验证性因子分析，把所有测量题项负荷在一个因子上，对模型的拟合度进行分析。结果表明，单因素模型的各项拟合指数比较差(卡方自由度比 $\chi^2/df=6.97$，近似误差均方根RMSEA＝0.14，增量拟合指数IFI＝0.64，比较拟合指数CFI＝0.64，Tucker-Lewis指数TLI＝0.60)，进一步表明各测量变量间不存在严重的共同方法问题，对研究结论影响较小。

3.2 验证性因子分析

在检验假设之前,通过 Amos 进行了验证性因子分析(CFA)来评估测量模型的拟合度,结果见表 1。相比较其他备选方案,五因子模型和三因子模型的拟合优度最好,其中五因子模型更优(χ^2/df= 2.31, RMSEA = 0.07, SRMR = 0.05, CFI=0.92,TLI=0.91),而且也符合研究的理论假设。当将所有变量合并为一个因子时,模型拟合显著变差(χ^2/df = 6.97, RMSEA = 0.14, SRMR = 0.13,CFI=0.64,TLI=0.60),因此五因子模型的构建合理。

效度检验结果见表 2。各测量题项在相应潜变量上的标准化因子载荷均超过了标准值 0.5,说明各测量项目具有较高的质量。量表的收敛效度通常借助 AVE 来衡量,其中,AVE 大于 0.36 为可接受,大于 0.5 为理想状态[24],研究中 5 个潜变量的 AVE 值介于 0.47～0.64,说明模型在结构上具有较好的收敛效度。5 个潜变量的相关系数介于 0.3～0.68,小于相应潜变量 AVE 值的平方根 0.69～0.8,表明模型在结构上具有较好的区分效度。

3.3 描述性统计与相关分析

各变量描述性统计和相关系数见表 3。可以看出,AI 情感支持与结构型社会资本(r=0.30,P<0.01)、关系型社会资本(r=0.33,P<0.01)、认知型社会资本(r=0.29,P<0.01)均正相关,这也为后续假设检验提供了初步支持。

3.4 假设检验

3.4.1 回归分析

采用回归分析检验研究假设,结果见表 4。各模型变量的方差膨胀因子 VIF 最大值远小于临界值 10,表明不存在明显的多重共线性问题。用 SPSS 对假设 H1a、H1b、H1c 开展回归分析。在控制性别、年龄、教育程度、职务和企业性质的情况下,模型 1 显示 AI 情感支持与结构型社会资本正相关(b=0.34,P<0.001),AI 情感支持与关系型社会资本正相关(b=0.32,P<0.001),AI 情感支持与认知型社会资本正相关(b=0.29,P<0.001),假设 H1a、H1b、H1c 均得到支持。

3.4.2 调节效应检验

假设 H2a、H2b、H2c 提出外倾性会调节 AI 情感支持与企业内部社会资本 3 个维度之间的关系。在分析之前,将 AI 情感支持和外倾性中心化之后的值相乘生成交互项。在 SPSS 中,通过 PROCESS 分析调节效应,结果见表 4。交互项与结构型社会资本正相关(b=0.13,P<0.01),与关系型社会资本正相关(b=0.09,P<0.05),与认知型社会资本相关性不显著(b=0.03,P>0.05)。此外,±1 标准差的简单斜率检验表明,对于外倾性较高的个体,AI 情感支持与结构型社会资本显著正相关(b=0.33,

表 2 效度检验结果

潜变量	题序	因子载荷	组合信度	AVE
人工智能情感支持	AIES1	0.721	0.844	0.520
	AIES2	0.686		
	AIES3	0.671		
	AIES4	0.760		
	AIES5	0.763		
结构型社会资本	SCS1	0.730	0.809	0.515
	SCS2	0.663		
	SCS3	0.718		
	SCS4	0.756		
关系型社会资本	SCR1	0.647	0.785	0.478
	SCR2	0.644		
	SCR3	0.752		
	SCR4	0.717		
认知型社会资本	SCC1	0.720	0.772	0.531
	SCC2	0.697		
	SCC3	0.767		
外倾性	ET1	0.822	0.876	0.640
	ET2	0.778		
	ET3	0.768		
	ET4	0.829		

表 1 拟合指标

因子结构模型	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	IFI	RMSEA	SRMR
五因子模型 AIES,ET,SCS,SCR,SCC	369.589	160	2.310	0.925	0.911	0.926	0.066	0.054
四因子模型 AIES+ET,SCS,SCR,SCC	843.424	164	5.143	0.758	0.720	0.761	0.118	0.114
三因子模型 AIES,ET,SCS+SCR+SCC	433.739	167	2.597	0.905	0.892	0.906	0.073	0.058
二因子模型 AIES+ET,SCS+SCR+SCC	906.574	169	5.364	0.738	0.705	0.740	0.121	0.116
单因子模型 AIES+ET+SCS+SCR+SCC	1 184.031	170	6.965	0.639	0.597	0.642	0.141	0.129

注:AIES 代表人工智能情感支持;ET 代表外倾性;SCS 代表结构型社会资本;SCR 代表关系型社会资本;SCC 代表认知型社会资本。

表 3　变量描述性统计和相关系数

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 性别	1.64	0.48										
2. 年龄	1.57	0.80	−0.22									
3. 学历	2.79	0.70	0.08	−0.21**								
4. 职务	1.64	0.80	−0.22**	0.32**	0.10							
5. 企业性质	2.17	0.99	0.10	−0.06	−0.11	−0.09						
6. AI 情感支持	3.57	0.81	0.12*	−0.17**	0.07	−0.05	0.00	(0.84)				
7. 结构型社会资本	3.48	0.83	−0.07	0.11	−0.06	0.14*	−0.12*	0.30**	(0.81)			
8. 关系型社会资本	3.52	0.74	−0.05	0.08	0.07	0.12*	−0.05	0.33**	0.68**	(0.78)		
9. 认知型社会资本	3.61	0.79	0.03	0.03	−0.02	0.13*	0.01	0.29**	0.65**	0.62**	(0.77)	
10. 外倾性	3.12	1.01	−0.16**	0.18**	0.00	0.33**	−0.01	0.27**	0.52**	0.47**	0.51**	(0.87)

注：***、**、* 分别表示 1‰、1%、5%的显著性水平；括号内为对应量表信度。

表 4　回归结果

变量	结构型社会资本		关系型社会资本		认知型社会资本	
	模型 1	模型 2	模型 1	模型 2	模型 1	模型 2
性别	−0.08	0.02	−0.078	−0.01	0.052	0.14
年龄	0.10	0.04	0.102	0.06	0.022	−0.03
学历	−0.09	−0.10	0.073	0.07	−0.063	−0.06
职务	0.11	−0.04	0.077	−0.04	0.15**	0.01
企业性质	−0.09*	−0.11*	−0.02	−0.03	0.01	−0.01
AI 情感支持	0.34***	0.22***	0.32***	0.22***	0.29***	0.15**
外倾性		0.37***		0.29***		0.37***
AI 情感支持×外倾性		0.13**		0.09*		0.03
F	8.26***	18.16	8.13***	14.32	5.94***	15.00
R^2	0.14	0.33	0.14	0.28	0.11	0.29
VIF(max)	1.04	1.07	1.04	1.07	1.04	1.07

注：***、**、* 分别表示 1‰、1%、5%的显著性水平。

$P<0.001$），与关系型社会资本显著正相关（$b=0.31$，$P<0.001$），对于外倾性低的个体，AI 情感支持与结构型社会资本相关性不显著（$b=0.08$，$P>0.05$），与关系型社会资本显著正相关（$b=0.12$，$P<0.05$），结果如图 2、图 3 所示。因此，外倾性对于 AI 情感支持与结构型社会资本、关系型社会资本之间关系的调节作用显著，与认知型社会资本之间关系的调节作用不显著，假设 H2a、H2b 得到支持，H2c 不支持。

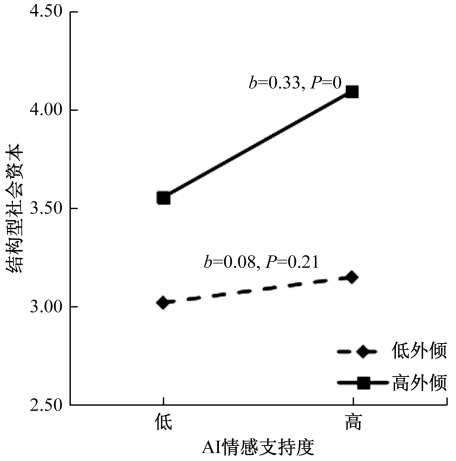


图 2　外倾程度的调节作用：AI 情感支持度对结构型社会资本的影响

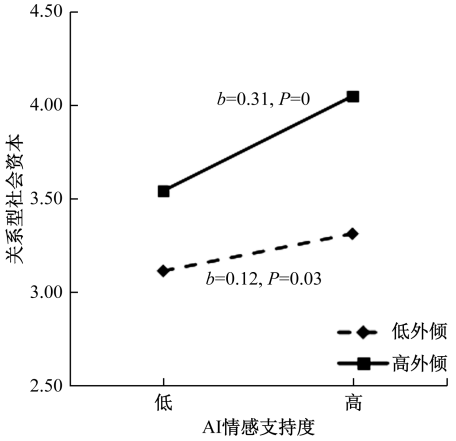


图 3　外倾程度的调节作用：AI 情感支持度对关系型社会资本的影响

4　结论与讨论

4.1　研究结论

研究探讨了 AI 情感支持对企业内部社会资本的影响以及员工外倾性人格特质在其中的调节作用。研究结果表明，AI 情感支持会正向影响企业内部结构、关系和认知型社会资本；员工外倾性在 AI 情感支持对企业内部社会资本的影响过程中起到部分调节作用，显著调节结构型社会资本和关系型社会资本，对认知型社会资本的调节作用不显著。因此，可以认为当员工外倾性较高时，AI 情感支持对企业内部社会资本的促进作用更强。

4.2　理论贡献

现有研究大多聚焦 AI 的任务功能对工作绩效、创造力的影响[4]，少部分研究开始关注人机情感上的互动对人际互动的影响，如陈佳颖等[7]聚焦人工智能和个体关系重塑。研究进一步将人工智能情境扩展到组织层面，提供实证证明其对社会资本

的影响，并且整合了人格特质在其中的调节效应。将 AI 影响力的研究层次从“个体行为重塑”延伸至了“组织资源构建”，组织内个体间行为的改变不可避免地会影响到以关系纽带为基础的企业内部社会资本，通过构建 AI 情感支持影响企业内部社会资本（结构、关系、认知 3 个维度）的理论模型，为理解 AI 在工作场所的深层价值提供了全新的理论视角。对结构、关系和认知型社会资本的分别建模，也展现了 AI 情感支持在不同维度上的多元作用。传统的社会资本研究多聚焦于后果，对前因的研究较少，部分文献将领导风格、ESG（环境、社会和治理）实践程度等因素作为其前因变量[25]，本文的研究引入了一个“非人类”的技术主体作为影响企业内部社会资本的关键变量，这极大地拓展了企业社会资本影响因素的研究范围，也回应了数字时代组织行为的新变化。通过探讨 AI 作为一种情感互动伙伴对企业内部社会资本构建的影响，探讨了技术在组织中扮演的“社会性”角色。

另外，以往研究对 AI 影响的个体差异探讨多集中于技能或经验层面[26]，本文中将外倾性这一核心人格特质纳入模型，发现外倾性高的员工更易将 AI 情感支持转化为社会资本构建的动力，而外倾性低的员工对 AI 反馈的敏感性较弱。这一发现拓展了人格特质在人机交互中的调节机制，为解释个体对 AI 情感支持的差异化响应提供了理论依据。

4.3 实践意义

企业应将 AI 情感支持视为构建内部社会资本的战略工具，从系统集成与培训赋能两方面推进落地。在工具应用上，可在企业微信、钉钉等内部办公平台中嵌入定制化 AI 情感助手，设置“情绪调节”“人际互动反思”“组织愿景强化”等专项模块。例如，当员工反馈工作压力或沟通困扰时，AI 可提供共情回应与针对性引导（如“梳理沟通核心诉求”“主动协作的具体场景建议”），同时通过标准化情感标签与个性化愿景提醒，潜移默化强化员工对组织价值观的认同。在培训体系上，设计理论、案例和实操的分层培训，内容涵盖“AI 情感反馈的解读方法”“如何将 AI 建议转化为职场互动行动”等，配套真实案例（如员工通过 AI 反思优化跨部门协作），帮助员工掌握利用 AI 提升人际互动质量与组织归属感的核心能力。

同时，企业需兼顾员工人格特质差异，实施差异化管理策略，并引导员工合理运用 AI 情感支持。针对高外倾性员工，应强化 AI 的即时性与互动性，提供高频次反馈与拓展性社交建议（如每日推送人际互动技巧、支持实时对话复盘），助力其快速将 AI 情感支持转化为社交网络拓展与信任构建的动力；对于低外倾型员工，则采用低压力引导模式，通过分步式反思问卷、轻量化互动任务（如每周跨部门交流实践）等，帮助其逐步克服社交顾虑，借助 AI 工具提升社交效能。此外，需引导员工制定科学的使用计划，建议每周定时定次，聚焦“情绪调节”与“人际反思”核心需求，避免过度依赖技术而削弱现实社交能力，确保 AI 情感支持真正成为优化员工互动、凝聚组织共识的有效助力。

4.4 研究局限性

首先，研究主要依赖员工的自评问卷，未来研究可结合更客观的数据，如 AI 系统的后台使用日志、员工在内部社交平台上的互动频率等，提高研究的严谨性。其次，研究为横断面研究，难以捕捉其长期作用与动态变化，如果长期使用，如持续使用 6 个月以上，员工会不会过度依赖人工智能，削弱其社交能力，进而对现实人际关系产生负面影响？未来可采用纵向研究，在员工大量使用 AI 系统前后进行多时间点追踪测量，以增强因果推断的效力。最后，研究样本分布不均，女性、年轻员工、一般员工和民营企业占比偏高，可能限制结论对不同群体的推广性，但也在一定程度上反映了当前 AI 情感支持的主要使用群体特征。未来研究可采用分层抽样以提升代表性。

参考文献

[1] BRYNJOLFSSON E, MCAFEE A. The second machine age: work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies[M]. New York: WW Norton & Company, 2014.

[2] 曹博林，罗炼炼. 陪伴型聊天机器人的发展特征与机制效果[J]. 青年记者，2023(2)：19-22.

[3] PAUW L S, SAUTER D A, VAN KLEEF G A, et al. The avatar will see you now: support from a virtual human provides socio-emotional benefits[J]. Computers in Human Behavior, 2022, 136: 107368.

[4] 梁宇畅，何刚，金孟子. 使用生成式人工智能对员工创造力评价的影响[J]. 外国经济与管理，2024，46 (10)：71-88，104.

[5] KAPLAN A, HAENLEIN M. Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? on the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence[J]. Business Horizons, 2019, 62(1): 15-25.

[6] JOLLY P M, KONG D T, KIM K Y. Social support at work: an integrative review[J]. Journal of Organizational

Behavior，2021，42(2)：229-251.
[7] 陈佳颖，薛嘉欣，李育辉. 人工智能情感支持如何重塑员工人际关系：基于自我概念的视角[J/OL]. 当代财经，1-12 [2025-12-14]. https://doi. org/10. 13676/j. cnki. cn36-1030/f. 20250331. 00.
[8] 卜长莉，金中祥. 社会资本与经济发展[J]. 社会科学战线，2001(4)：217-222.
[9] NAHAPIET J，GHOSHAL S. Social capital，intellectual capital，and the organizational advantage[J]. Academy of Management Review，1998，23(2)：242-266.
[10] WATSON D，CLARK L A. Extraversion and its positive emotional core[M]. New York：Academic Press，1997：767-793.
[11] MCCONNELL A R. The multiple self-aspects framework：self-concept representation and its implications [J]. Personality and Social Psychology Review，2011，15(1)：3-27.
[12] SKJUVE M，FOLSTAD A，FOSTERVOLD K I，et al. My chatbot companion：a study of human-chatbotrelationships[J]. International Journal of Human-Computer Studies，2021，149：102601.
[13] TA V，GRIFFITH C，BOATFIELD C，et al. User experiences of social support from companion chatbots in everyday contexts：thematic analysis[J]. Journal of-Medical Internet Research，2020，22(3)：e16235.
[14] HUMAN S E，PROVAN K G. An emergent theory of structure and outcomes in small-firm strategic manufacturing networks[J]. Academy of Management Journal，1997，40(2)：368-403.
[15] MENG Q，WU T J，DUAN W，et al. Effects of employee-artificial intelligence (AI) collaboration on counterproductive work behaviors (CWBs)：leader emotional support as a moderator[J]. Behavioral Sciences，2025，15(5)：696.
[16] 林雅萍，郑浩然，何忆君，等. AI交互质量与用户接受度：心理距离和信任的链式中介作用[J]. Advances in Psychology，2025，15：47.
[17] BELL S T，ARTHUR JR W. Feedback acceptance in developmental assessment centers：the role of feedback message，participant personality，and affective response to the feedback session[J]. Journal of Organizational Behavior，2008，29(5)：681-703.
[18] YUAN H，MA D. Gender differences in the relationship between interpersonal trust and innovative behavior：the mediating effects of affective organizational commitment and knowledge-sharing[J]. Behavioral Sciences，2022，12(5)：145.
[19] LIN N. Social capital：a theory of social structure and action[M]. Cambridge：Cambridge University Press，2002.
[20] LYU T，JI X. A meta-analysis on the impact of social capital on firm performance in China's transition economy[J]. Sustainability，2020，12(7)：2642.
[21] METHOT J R，LEPINE J A，PODSAKOFF N P，et al. Are workplace friendships amixed blessing? exploring tradeoffs of multiplex relationships and their associations with job performance[J]. Personnel Psychology，2016，69(2)：311-355.
[22] 仇中宁，陈传明. 内部社会资本影响组织绩效的机制：基于市场知识转移视角[J]. 经济管理，2013，35(4)：41-50.
[23] DONNELLAN M B，OSWALD F L，BAIRD B M，et al. The mini-IPIP scales：tiny-yet-effective measures of the big five factors of personality[J]. Psychological Assessment，2006，18(2)：192-203.
[24] KLINE R B. Principles and practice of structural equation modeling[M]. New York：Guilford Publications，2005.
[25] 姚树洁，蒋艺翅. 可持续发展之路：ESG实践与企业创新[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版)，2023(4)：99-111.
[26] JIA N，LUO X，FANG Z，et al. When and how artificial intelligence augments employee creativity [J]. Academy of Management Journal，2024，67(1)：5-32.

Impact of AI Emotional Support on Corporate Internal Social Capital：A Moderated Effect Test of Employee Extraversion

GUO Shuaibin，ZHAO Xueling

(School of Economics and Management，Dalian Jiaotong University，Dalian 116028，China)

Abstract：With the rapid development of artificial intelligence(AI) technology，its emotional support functions are becoming increasingly popular among employees，which exerts an impact on employee relationships. The internal social capital of enterprises is affected，where employee relationships are a key component. Currently，research on the impact of AI on internal social capital，particularly from the perspective of AI emotional support，is relatively limited. Therefore，a questionnaire survey was used to collect and analyze data from 301 employees to explore the impact of AI emotional support on internal social capital. The findings are as follows. AI emotional support has a significant positive impact on the structural，relational，and cognitive dimensions of internal social capital. Employee extraversion significantly strengthens the positive effect of AI emotional support on structural and relational social capital，but its moderating effect on cognitive social capital is not significant. Enterprises should pay attention to the impact of AI emotional functions in the workplace，and considering individual employee differences，provide reasonable guidance and planning to transform it into an effective tool for enhancing internal social capital.

Keywords：artificial intelligence (AI)；emotional support；corporate internal social capital；extraversion