

## 区域旅游开发质量与开发绩效关系研究

### RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT QUALITY AND DEVELOPMENT PERFORMANCE

刘倩<sup>1</sup>, 韩圣龙<sup>2</sup>

Qian Liu<sup>1</sup>, Shenglong Han<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>泰国正大管理学院中国研究生院

<sup>1,2</sup>Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: September 24, 2019 / Revised: March 18, 2020 / Accepted: March 30, 2020

#### 摘要

当前,旅游业被誉为“黄金产业”,成为全球最受关注的产业,区域旅游发展得到新契机,发展前景越来越好。建立一个影响顾客参与因素及顾客参与和情绪,对顾客满意度的影响的框架。为区域旅游经营者辨认与提升顾客参与意愿,改进服务,提升服务质量,提高顾客满意度和服务质量变得非常有必要。

区域旅游若需要良好的运作离不开稳定的客户流,而吸引顾客最基本的就是顾客的满意度。本文准备在构建区域旅游顾客满意度的理论框架模型基础上,用实证研究的方法,对贵州省区域旅游满意度进行相关研究。用定性和定量分析相结合的研究方法,并以具体的文献,资料分析,访谈,问卷,统计分析方法,构建区域旅游顾客满意度的理论框架模型,提出影响顾客参与因素的框架。这种研究对于区域旅游的运营有着较强的应用价值,并且在理论上也有较好的探索意义。本文对区域旅游顾客满意度进行分析之后提供若干建议和措施。

顾客满意度在旅游开发质量与旅游开发绩效间起着中介作用,影响极大。区域自然经济社会文化,区域重要活动,区域服务质量,顾客参与程度,顾客消费情绪,对区域客户满意度有重要影响。区域开发绩效与游乐的质量对顾客满意度起着调节作用,旅游开发质量和开发绩效关系是一个复杂、动态的系统。本文探究了旅游开发质量与开发绩效关系的影响机制。帮市场管理者健全完善制度,规范市场秩序,规避相关风险,优化自身推动中国文旅行业的发展。

**关键词:** 区域旅游 开发绩效 顾客参与

## Abstract

At present, tourism has become a major economic industry in the world and is known as the “golden industry”. The development of regional tourism has also resulted in new opportunities, and development prospects are constantly improving. Thus, it would be necessary to establish a framework that would influence the customer engagement factors and customer engagement and sentiment to have an impact on customer satisfaction. This would be necessary for regional tourism operators to identify and enhance customer participation, improve services, service quality, as well as customer satisfaction.

As a consequence, if regional tourism needs good operation, this would be inseparable from a stable customer flow, as the most basic aspect to attract tourists is customer satisfaction. Based on the theoretical framework model of regional tourism customer satisfaction, this study prepared the relevant research on regional tourism satisfaction in Guizhou Province of China by means of empirical research. Using a combination of qualitative and quantitative analysis methods together with the specific literature, data analysis, interviews, questionnaires, and statistical analysis methods, the theoretical framework model of regional tourism customer satisfaction was constructed, and a framework for influencing the customer participation factors was proposed. This research would have a strong application value for the operation of regional tourism, and also have good exploration significance in theory. This paper also provided some recommendations and measures after analyzing regional tourism customer satisfaction.

Customer satisfaction plays a mediating role in the quality of tourism development and tourism development performance, thus resulting in a great impact. Regional natural economic and social culture, regional important activities, regional service quality, customer participation, and customer spending sentiment would also have an important impact on regional customer satisfaction. The performance of regional development and the quality of amusement would play a role in regulating customer satisfaction. The relationship between tourism development quality and development performance is also a complex and dynamic system. Hence, this paper explored the impact mechanism of the relationship between tourism development quality and development performance. This would help market managers improve their systems, standardize market orders, circumvent the relevant risks, and optimize their own development of the Chinese travel industry.

**Keywords:** Regional Tourism, Development Performance, Customer Participation

## 引言

当前，旅游业被誉为“黄金产业”成为全球最受关注的产业，对经济推动作用是越来越明显，区域旅游业发展业得到新契机。区域旅游是一种以区域作为相对独立的单位来接待旅游者、组织安排旅游活动的经营服务方式，是特定空间内进行存在的旅游策划活动及其关系的

总和。在旅游资源分布相对一致的空间内，以中心城市为依托，依据自然地域、历史联系和一定的经济、社会条件，根据旅游者的需求，经过人工的开发和建设，形成有特色的旅游空间，即各种类型的旅游区以吸引旅游者在一定区域内旅游。

建立一个影响客户参与因数及客户参与和情绪对顾客满意度的影响的框架，为区域旅游经营者辨认与提升顾客参与意愿，提升服务质量，提高顾客满意度变得非常有必要。为此，本文准备在建立理论的基础上，用实证研究的方法，以贵州省区域旅游对顾客满意度进行一些相关研究。

## 文献综述

### 权力/知识概念的界定

在西方的认识论体系下，与知识管理实践相关的权力概念被三种观点所提及：一种是权力被解释为拥有和构建话语的作用，并认为知识从属于权力，知识成为一种制约的权力。第二种观点是有关意识形态和文化传统如何使人们遵守现有的秩序，而无需在处理明显的冲突时动用明确的权力 (Lukes, 1975)。第三种权力观来自 Foucault 和 Nazzaro (1972) 他把权力看作是一种生产力，而不是一种限制。在这里知识与权力不只是一种控制 (Ezzamel & Willmott, 1998) “不可能在没有知识的情况下行使权力” (Foucault, 1977)。Hassan, Chachi, 和 Latiff (2008) 明确提出知识权力 (Knowledge Power) 的概念，并认为权力来源于对各种知识的控制和支配地位。也就是说权力是一种由知识形成的话语，在控制、管理之前必须先知道。即知识就是权力，权力就是知识。

### 知识基础观对权力/知识的理解

知识基础观主要是从组织知识共享、传递、吸收、利用的动态融合过程的角度来研究和解释企业生存和发展的基本理论问题 (Yang, Jang, Yang, Wang, He, Li, Quach, Zhao, Li, Yuan, Lee, Zhong, & Liang, 2018)。知识基础观中认为，知识是具有价值性、稀缺性和难以模仿性等特征的特殊性资源 (Barney, 1991)。知识是以人为载体，嵌于具体情境之中的，其受环境、个人内在知识状态和处理能力的影响，是需要通过个人进行消化和吸收的 (Zhang, Zhou, & Li, 2006)。在这个基础上知识的产生、吸收、处理过程中主要包括了知识创造、整合和转移 (Grant, 1996)。学者 Gupta 和 Govindarajan (2000) 就知识整合归纳了 5 类影响因素：源头知识的感知；分享意愿；渠道；获取知识的意愿和接收方能力。Nonaka (1994) 及 Nonaka, Toyama 和 Konno (2000) 通过 SECI 知识创造螺旋模型显示了这一知识创造动态整合过程内容。并将这种知识创造螺旋看作是知识发送方与知识接收方之间的循环持续知识整合过程。从以上研究可以看出，在知识获取、共享、存储和创造过程中，知识创造是一个团队知识及对外部所需有效知识进行获取和整理，进而创造出新的有价值的专门知识的过程 (Bhattarai, Li, Edmondson, & Zhang, 2006)。

知识整合是团队成员获取知识资源形成有效作用的一种重要方式 (Xu & Qu, 2014)。只有实现知识共享与知识整合的过程才能让知识得到充分应用和有效转化, 团队创造力才能得到提升。

### 福柯理论对权力/知识理论的解读

Foucault (1977) 认为知识产生权力, 权力是一种生产力, 而不是一种限制。同时他不是将权力和知识视为离散的实体, 而是两者不可分割的权力/知识, 权力是在不断变化的社会关系的动态中产生和再现的东西。“知识和知识的主体是在社会实践和权力关系中产生的。如果权力是变动不居的, 那么知识的主体也是在不断变化的”。这是社会现实的一个组成部分, 使社会行为者能够以特定的方式采取行动。

换句话说, 福柯的权力/知识让我们看到权力是理性的知识主张产物, 而这些理性知识主张构建了整个社会、组织与团体。这是一个贯穿整个社会主体的生产网络 (Foucault, 1980)。任何知识在构建的同时也在构成权力关系 (Foucault, 1977)。从这个角度来看, 知识管理就是一种多种形式的知识创造, 以及权力和话语实践的机制 (Schultze & Stabell, 2004)。话语权就是权力/知识的表现 (Foucault, Kozhan, & Tham, 2017), 对这些多种形式的知识和话语, 福柯的权力/知识理论揭示了团队成员作为知识传送方之间知识整合平行关系的权力/知识特征, 这些关系网与他们的沟通实践的方式不同于自上而下的学习式关系, 而是一种平行交织的权力影响关系。这些实践内容只有在更广泛的权力关系和有效的团队中, 以平等的、同为知识传送方的个人权力/知识话语争夺结构来寻找。这种权力/知识关系可以让开放式集体绘画团队复杂的知识整合过程得到更好的理解, 因为正是这种权力/知识体系塑造了团队知识整合与使用。

### 文献述评

综上所述, 学术界对权力和知识的关系都有了系统的研究, 成为了知识管理一个重要的研究分支, 并且在企业和组织管理实践层面也已经解决了一部分基于知识传送方与接收方的知识转化、存储、利用过程来赢取竞争力的现实问题。但并未发现针对知识传送方与知识传送方之间的权力/知识整合过程的研究。且缺乏对企业以外绘画合作团队合作的关注。因此本文在基于福柯权力/知识这一理论前提下, 对开放式集体绘画合作团体知识发送方彼此间的权力/知识整合过程进行探索性研究。

### 研究方法

鉴于定性方法, 适用于内容丰富的研究主题 (Glaser & Strauss, 2017) 在以往研究中常常被用来探索和归纳某一现象, 所以本研究拟采用深入访谈定性方法对开放式集体绘画团队内权力/知识整合内容进行梳理。通过三级编码 (开放编码、主轴编码、选择编码) (Pandit, 1996), 将访谈原始资料进行仔细分析、归类和概念生成, 然后通过主轴编码将研究主题与资料建立连接, 最后运用选择性编码对二级编码进行整合与精炼, 得出开放式集体绘画团队的权力/知识整合内容。

本研究针对拥有开放式集体绘画创作经验的团队及个人作为访谈对象。访谈问题包括：(1) 开放式集体创作中团队成员合作需要注意一些什么问题？；(2) 集体绘画创作过程中创作者之间是怎么进行交流协调的？；(3) 在创作过程中有哪些障碍？障碍有些什么表现？怎么逐一解决的？；(4) 创作结果是否能达到预期？根据研究分析框架及概念发展的要求选择访谈对象。最终选择 7 位访谈对象，分别以访谈者姓名首字母来进行编号 (g、b、s、l、c、y、z) 对每个人的访谈初始概念用姓名首字+序号 (g1、g2...) 的形式来表示，并对其进行标签、定义现象、发展概念，归纳为范畴。最终本研究从 362 个原始句中归纳出 29 个概念、11 个子范畴 (情感关系、合作关系、人际协调、技术协调、缓解冲突、冲突需求、权力、人格特征、自我需求、过程、目标)。最后总结出 6 个主范畴 (AA1 - AA6)，分别是团队关系、冲突、协调、权力、过程、目标。

## 数据展示

### 开放式编码示例：

本文将 7 位受访者的访谈内容整理为文字数据，将其原始数据进行定义现象归纳概念，最终从 362 个原始句中整理出 29 个概念。从概念中归纳出与开放式集体绘画团队权力/知识整合过程相关的 11 个开放式编码，分别是：情感关系、合作关系、人际协调、技术协调、需缓解冲突、冲突需求、权力、人格特征、自我需求、过程和目标 (见表 1)。由于文章篇幅的问题，本文在数据表中仅列举“典型原句例证”来展示详细的开放式编码过程和分析。

#### 1. 情感关系

访谈中发现，知识传送方的情感关系对知识整合产生影响。情感关系包含认同感、了解、默契及共鸣，相关原始语句与对应编码如表 1. 感情的亲密关系，建立了创作认同感基础。知识传送方彼此通过了解逐渐产生默契配合度，给予了知识整合程度直接影响，消解了知识传送者之间争夺权力/知识的隔阂状态，寻找到了合作关系中平衡权力/知识转移与共享的通路，从而使知识转移与整合过程更为有效。受访者 c7 表示通过了解彼此对材料、形式的认知来寻找共鸣，成为良性合作的有效措施。由此可见认同感、了解、默契和共鸣共同建立了团队情感关系。

#### 2. 合作关系

合作关系包含了共同目标、差异合理、消除隔阂、思想共性 4 个概念，首先从访谈中可发现，合作关系都是基于共同目标（创作成果）而建立的，与此同时开放式集体创作团队的跨区域组成形式是存在人员多样性，知识差异化的，作为知识传送方彼此要承认这种差异的存在并接受这种存在，减少冲突的不可协调性。其次差异的存在就需要互动与了解来拉近合作人员的情感距离，消解隔阂并在知识传送方之间寻找的差异求同的状态，需要通过寻找思维相似性

共鸣和共同认知上来建立合作关系。因此将共同目标、差异合理、消除隔阂、思想共性归纳为合作关系。

### 3. 人际协调

人际协调包含了协商、反复磨合、重新平衡、交换区域和第三者间接沟通的方式。在团队关系的权力/知识整合建设和知识冲突显现时，协调是权力/知识整合的外驱变量，可以通过第三者间接沟通或知识传送方互相沟通反复磨合来重新平衡权力/知识，这是建立在知识转移方之间的人际关系上的协调方式，所以将以上内容归纳为人际协调。

### 4. 技术协调

技术协调包含反复调整和改变思路，而技术性协调也是通过人际协调变量呈现出的显性呈现方式，这是一种绘画技术的权力/知识平衡通路，其通过实施中的技术调整让方案可以有所转变形成新的创作。从访谈来看都是利用技法、专业技能来进行协调，因此将反复调整和改变思路归纳为技术协调。

### 5. 需缓解冲突

过程冲突也可能是知识管理有效的实质性障碍 (Jehn, Chadwick, & Thatcher, 1997)。从访谈资料整理时发现，需缓解冲突包含文化差异、语言障碍和观念冲突。团队成员的多区域身份导致了知识传送方的文化背景及认知不同的文化差异，因而造成在互动交流过程中由于观念冲突发生权力碰撞，并伴随由语言表达方式的不同致使沟通出现阻滞，这些文化、语言、观念差异不是哪一方的知识权力通过争取就能获得话语权的，而是不可妥协的，使得权力角逐过程需要通过建立沟通机制来对这种无法逾越的知识障碍进行壁垒和缓解，寻找知识传送方与知识传送方之间都能达成共识又互不侵犯对方权力的折中途径。由此可见文化差异、语言障碍、观念冲突是一种需要边缘化的冲突，所以将其归纳为需缓解冲突。

### 6. 冲突需求

冲突需求是一种创新团队的积极知识整合推动因素，从访谈可见，开放式集体创作虽然差异和碰撞巨大，会使团队合作呈现一定的阻滞，但这些碰撞正是创新所需求的因素，差异的合作可以打破固有的观念来实现创新。在本文访谈中，冲突需求是个知识传送方的合作需求重点，其直接影响着权力/知识整合的角逐程度，因此将需要碰撞、差异产生创新归纳为冲突需求。

### 7. 权力

这里的权力包含了机会压制和争夺控制权。由于开放式集体绘画的形式中有给予介绍和人情参与的知识传送方存在，就会出现由于给予对方参与机会而想要限制对方的现象出现，这样的状况导致了被压制方不愿意接受机会压制而退出的现象。同时也存在有急于取得话语权的权力争夺，形成争夺控制权力、话语权的现象。因此将其归纳为权力。

## 8. 人格特征

在访谈中发现团队中存在两种凸显人格，一种是个性强，另一种是沉默型人格。表现为个性强的知识传送方在知识呈现上都太过凸显，这样使创作有可能根据个性强的语言来作为创作主旋律，而沉默型人格属于习惯跟随他人权力来进行知识整合的状态。两种影响权力/知识整合程度因素都是应为个性发生，因此将个性强和沉默归纳为人格特征。

## 9. 自我需求

自我需求包含交流需求和启发。艺术家是想要通过集体绘画创作满足自身需求的，知识传送者之间发生的冲突、协调、交流过程中双方、多方都得到了启发和经验提升从而完成知识叠加带来的完善自我需求，满足了个人实现的需要，各自也得到了交流的回馈。这样的一些良性冲突都建立在知识传送方的个人需求和自我实现之上。但自我需求并不是都能在合作中得到满足，也存在个别知识传送方缺乏知识整合能力，不能逾越自我，无法通过合作达到自我预期的现象。以上两种情况都是基于自我实现的权力/知识整合状态，因此将交流需求和启发归纳子范畴为自我实现。

## 10. 过程

通过原始资料的挖掘和对概念的整理，发现集体绘画过程存在的过程内容有：不可控、互动推进，在这里，不可控是开放式集体绘画创作过程的性质，是一个自由动态互动的过程，是一个不以控制为手段的合作过程，需求不可控的创新权力/知识激发过程，这个过程是对知识转移者的一种审美挑战，也就是知识共享经历。因此将不可控和互动推进归纳为过程。

## 11. 目标

任务目标直接影响权力/知识表现形式，开放式集体创作着力于知识转移过程中知识传送者之间的互动、协作方式、话语权争夺触发碰撞而产生的创新，并从这些碰撞中寻找新认知来拓展创新空间。因为这样的开放式目的让开放式集体绘画团队行成的权力/知识表现更加多样化，也导致团队的参与过程性质是一个注重过程的创新目标，因此单独归纳为目标。以上子范畴及概念分析的典型例句如下：

**表1** 典型原始语句与对应概念编码

资料编码	典型原始语句	定义现象	概念化	子范畴
g1	我和我弟弟是双胞胎，大家都知道双胞胎的共性是比较的。因为同是双胞嘛，这个意识上啊是相互认同的...	创作双方是双胞，具备认同感	认同感 GSLCY1	情感关系
l37	前期会涉及一些类似破冰游戏...嗯...知道大家共同的诉求在啊什么的让大家了解嘛，这个基础上就展开一些合作。	通过游戏增进了解	了解 GSLCY39	

表1 典型原始语句与对应概念编码(继续)

资料编码	典型原始语句	定义现象	概念化	子范畴
l18	就是有时候你要敏感到能感受到其他人的存在,就是你愿意在那一瞬间,比如说倒下,你知道一定会有人接住,这个不是商量出来的是一个默契,这种可能也分这种合作短期的或者长期的。那么就考验各自的之间的一种默契,怎么样可以共同的来形成一些东西。	长期培养的信任度和默契	默契 GSLCY46	
c7	大家觉得都触及到每个人的想法,不管是你对材质的理解,还是对这个作品的形式上面的一个呈现,有一些共鸣,还有就是作品以外要传达的一些共鸣。	材质和形式的共鸣	共鸣 GSLCY64	
s17	语言相似度啊,或者跟他的绘画语言的相似度,或者是互动的能产生的一种可能,那么这种情况也是非常多的。就可以在同一个作品当中的某一块局部,我们两个就是在可以在语言上能够有一种沟通和互动的话呢就可以在某一块或者一块局部,当中来达到一种协调。	通过寻找相似度,就同一语言上进行沟通、互动和协调	思想共性 GSLCY23	
130	这个基础上,那么两边都可能会妥协,比如说当大家为了某种需要的时候,为了共同的方向的时候那么就会知道,我的个人喜好或者我的个人的某种东西在里面就不是那么重要。	共同的方向要放弃个人的东西	共同目标 GSLCY49	合作关系
y53	我觉得应该是一种数学式的一种方式来看待艺术,他就是有一个标准的答案,哪个是好,哪个不好,虽然艺术有相对规律的标准和答案,但是实际上你就是再丑的,再什么的在里面,他存在嘛,还是有它的合理性。	差异存在即有合理性	差异合理 GSLCY 107	
s6	集体创作,那么他的目的就是消解人与人之间的冷漠和隔阂,用艺术和绘画的方式让大家近距离产生那种交集,他的有一项功能,可能只是一项功能他可能是这种。	社区型集体创作拉近距离,消解冷漠和隔阂	消除隔阂 GSLCY16	合作关系
s4	他也是有集体作品的部分,但不是绘画,是一个装置的部分,那么就是,中国的艺术家集体完成一块,瑞典的艺术家集体完成一块,那么在商量这个作品由是什么材料组成,大家都会在一起讨论。	起步分组,讨论	协商 GSLCY4	
g20	画不是一天两天完成的,但是就是在画的当中的话,肯定在画的时候突然出现说,这个地方可能不对,应该这样来画,就是在画的当中反复来弥补,反复来修改,反复来妥协。	不是一次达成默契,过程中有反复的弥补、修改和妥协	反复磨合 GSLCY8	人际协调
l48	等等一系列的,如果找一个特别有...个人表现欲特别强的,那么他是不是适合在这个里面,我觉得还是一个项目管理和策划的问题。如果这个里面已经遇到这样的人嘛,就只能重新想办法,要重新产生一个平衡嘛。	有巨大冲突需要重新平衡	重新平衡 GSLCY57	
s23	还有就是就是换空间,我不挨着你我去另一边,离你远一点或者找个和我比较那个的契合的。	寻找契合的创作者合作和换空间换区域消解冲突	交换区域 GSLCY25	
s22	有经验的艺术家就会提醒策展人,我的作品跟她的作品是不能在一起的,就是作品会影响到我们两个的关系。这种视觉上,感觉上。找到气场上比较合适的画家的画来放。	合作的其中一方来对冲突做协调给与建议与提醒	第三者间接沟通 GSLCY 103	
c31	我记得,铺过不同的形状,方形,不规则形,还有三角形,铺了以后就觉得棱角太多了,还是达不到我们之间的一个想法,最后我们还是觉得来做个圆,因为圆比较包容、合一然后也比较规整。	实施过程中的反复调整	反复调整 GSLCY79	
y75	大家还觉得,改变这个人原来的思路,在绘画过程当中的创作,实际上走向一种新创作了嘛,并不是说原来构图构完了,以后就是制作啊,就是在绘画过程当中形成做的,其实也是挺好的,就有过这么一次经历。	在过程中转变策略与方案形成了新的创作	改变思路 GSLCY 116	技术协调

表1 典型原始语句与对应概念编码(继续)

资料编码	典型原始语句	定义现象	概念化	子范畴
l7	比方说做一个什么形状或者做一个什么符号,然后呢他们提出来一个我们觉得不满意啊,我们觉得这个比较俗啊,比如说,当然我说的是瑞典艺术家跟我们,他们提议的我们觉得有点过了,因为这个涉及到跨文化,就是如果是两个中国人在一起他又不一样这个情况,如果涉及到不同国家不同文化背景的,这个,他又不一样,因为他涉及这个跨文化的经验。	文化背景和经验的不同	文化差异 GSLCY40	
c16	但是比较难的是,因为是国外艺术家跟我们交流,语言上面不通啊,很多东西就交流得不深刻,只是靠翻译,我要充当翻译,另外一个艺术家也是还要充当翻译,感觉还是要专人专做,而且找翻译了嘛,还是要找非常专业的,很了解我们两个想法的翻译,这种项目才会做得更好。	语言交流障碍	语言障碍 GSLCY70	需缓解冲突
l41	然后呢我们就抛出来一个彩虹的观念,做一个彩虹,七彩的,那么他们又觉得这个简直变成一个同性恋的展览了,那所以这就是一个碰撞。	观念碰撞	观念冲突 GSLCY54	
y32	实际上他们让我去,就是以我的东方的身份而已,并不是我们国内讲了你多怎么样,就是一个东方的身份,他们在看哪个作品,当中都会问我东方会怎么看,会怎么样,后来我就在当中发现了很多东西,我就觉得。	开放式集体创作需要跨越很大的身份,需要差异冲突和碰撞	需要碰撞 GSLCY94	
y33	尤其是艺术的合作,实际上它就是在打破人们对于作品以往的这种审美经验的一个合作。每个人都有审美经验,包括对方也有审美经验,打破了这个审美经验,而合作创造一些新的东西,在艺术里面,它本身就是一个很好的现象,在操作上把作品的本身提到前面,实际上是他会永远会出现新的东西。	差异合作让审美经验得到打破,会实现创新	差异产生创新 GSLCY95	突需求冲
y42	先是语言,语言上的,后来呢,老的就觉得你怎么会冲撞我了,就点了一句,就是说,实际上会画画的多的啊,好像觉得就是叫你是,那是一种,是给你一种机会嘛,就是有这样的感觉,对他们中年那人呢就觉得说受到了伤害,“谢谢你啊还看中我,我觉得我不太合适”。	不愿意接受机会压制选择中途退出	机会压制 GSLCY 102	
y63	他觉得他也要取得这个画面的控制和话语权,他是这个的。那么,但是他并没有想到这个画面,然后画上的责任人,或者是征得这个画,大家找来这些老师,他首先找的确实是。有话语权的这些老师,也就是他对有话语权的老师,对于画面是有责任的。	没有考虑到责任人只想要取得画面控制球权	争夺控制权 GSLCY 112	权力
y81	当然,他独立太强了,我们就完全可以,实际上完全可以以他为主旋律。	技术能力太突出,就让他做主旋律	个性强 GSLCY 120	人格特征
c11	有的人就天生喜欢把主导权交给别人,他是个跟随者,一般都会选择沉默。	跟随型人格选择沉默	沉默 GSLCY67	
l31	实际没有什么特别...其实在这种项目中大家就是为了追求交流和碰撞。	有交流和碰撞的需求	交流需求 GSLCY50	自我需求
c2	参与的过程中肯定会有一些矛盾了,当然也会有不同的想法,虽然有时候会想法不同,意见不相同,但会有一些启发,我觉得启发很重要,会相互有些启发的时候。会互相影响到各自的作品创作了嘛。	矛盾给予启发影响创作	启发 GSLCY61	
s41	而社区性的创作他是不可控的,但他的目的也是不需要控制的,他的目的就是参与的过程,主要是过程。	开放式过程不可控,需要不可控	不可控 GSLCY33	过程
l15	他是有人开始有人接着往下进行,他更像一个动态过程,像这个高处流水下来,你可以在下面设置路障或者什么改变它的流向啊,我觉得他更多是像这样互动的动态的一种进展啊。	互动的推进的动态过程	互动推进 GSLCY43	
s39	肯定能达到,而且我觉得集体创作这个项目它最大的特点和最大的目的其实就是参与性,他的目的性不太强,不像主题性的目的性很强。	开放式集体创作注重参与过程,主题性注重目的	过程目的	目标

### 主轴编码示例

将开放式编码中的提出的 29 个概念及 11 个子范畴按照前因条件——理论现象——脉络背景——条件——行动/互动策略——结果这一典范模型联结在一起，发现并建立范畴间的相互关系 (Corbin, 1990)，归纳出 6 个主范畴 (AA1-AA6)，分别是团队关系、冲突、协调、权力、过程、目标。以团队关系为例，前因条件是：通过“了解”产生“共鸣”与“认同感”建立“情感关系”；理论现象是：“默契”的建立；脉络背景是：“共同目标”；条件是：认同“差异的合理性”；行动/互动策略是：寻求“思想共性”“消除隔阂”建立“合作关系”；结果是：“情感关系”和“合作关系”共同建立“团队关系”。

**表 2** 范畴与对应概念编码

主范畴	子范畴	概念
团队关系	情感关系	认同感 GSLCY1、了解 GSLCY39、默契 GSLCY46、共鸣 GSLCY64
	合作关系	思想共性 GSLCY23、共同目标、GSLCY49、差异合理 GSLCY107、消除隔阂 GSLCY16
冲突	差异冲突	文化差异 GSLCY40、语言障碍 GSLCY70、观念冲突 GSLCY54
	冲突需求	需要碰撞 GSLCY94、差异产生创新 GSLCY95
	人格特征	个性强 GSLCY120、沉默 GSLCY67
	自我需求	交流需求 GSLCY50、启发 GSLCY61
协调	人际协调	协商 GSLCY4、反复磨合 GSLCY8、重新平衡 GSLCY57、交换区域 GSLCY25、第三者间接沟通 GSLCY103
	技术协调	反复调整 GSLCY79、改变思路 GSLCY116
权力	权力	机会压制 GSLCY102、争夺控制权 GSLCY112
过程	不可控	不可控 GSLCY33、互动推进 GSLCY43
目标	过程目的	过程目的 GSLCY30

### 选择性编码示例

通过不断挖掘范畴和范畴之间的关系，逐步提高概念抽象的层次，最后用时间轴来整理选择性编码，从主范畴之中发展出能系统包容其他范畴的核心范畴：过程、团队关系、冲突、协调方式、目标、权力，通过对 6 个主范畴的继续考察和深入分析，结合原始访谈材料进行互动比较，发现可以用“开放式集体绘画团队权力/知识整合模型”将各种相关联的知识整合内容纳入到一个既简单又紧凑的理论框架中去 (Pandit, 1996)。本研究将其整理为“开放式集体绘画创作团队内部权力/知识整合过程”(图 1)，定义为核心范畴。围绕这一核心范畴的故事线为：团队关系→冲突→目标。

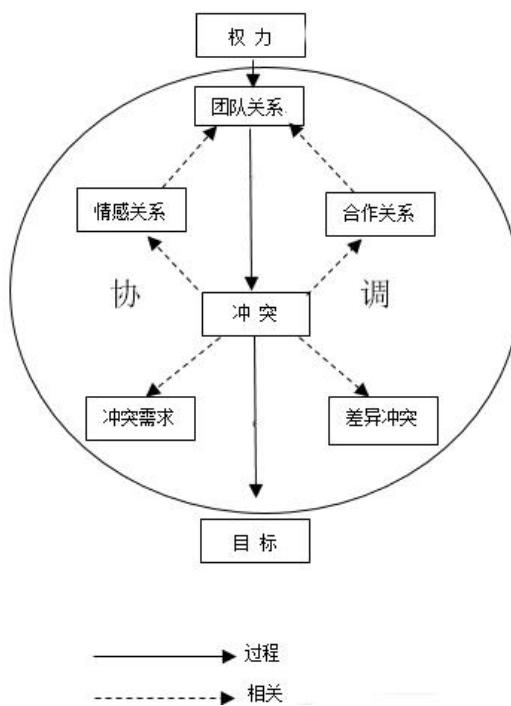


图 1 开放式集体绘画创作团队内部权力/知识整合过程模型

## 研究结果及讨论

模型涉及了 6 个主范畴: 过程、团队关系、冲突、协调方式、目标、权力。围绕这 6 个主范畴产生 4 个基本命题: 过程→团队权力/知识整合、团队关系 (情感关系与合作关系)→团队权力/知识整合、冲突 (冲突需求和差异冲突)→团队权力/知识整合、协调→团队权力/知识整合目标。

### 团队权力/知识整合是一个权力/知识重叠的实践过程

该命题涉及团队权力/知识整合过程表现, 首先开放式集体绘画创作团队的权力/知识整合过程是通过团队权力/知识碰撞、角逐、平衡、妥协、摒弃、选择, 知识传送方进行了自我知识更新并整合后, 最终服从于集体权力/知识整合的过程。其次, 主范畴团队关系、个人需求、冲突、人格、协调多次重复, 甚至贯穿整个合作过程, 可以看出知识整合过程, 通过不同权力/知识主张的相互角逐、妥协形成了相互的约束力量并在实践过程中重叠出现。

### 团队关系(情感关系与合作关系)是团队权力/知识整合的影响因素

研究分析发现该命题有以下两点影响因素:

1. 开放式集体绘画创作团队关系决定了知识传送方之间的权力/知识平行关系。

知识作为权力影响不是 A 可以用来影响 B 的限制, 而是由 A 和 B 通过它们如何相互作用而构成的东西。在开放式集体绘画创作团队中知识传送方与知识传送方之间是知识平行传递相互作用关系, 通过话语权的角逐来争取自我知识对他人产生影响的权力, 同时也受到其他知识传送方给予的权力/知识影响, 是互相寻找知识权力平衡的状态。

## 2. “情感关系”与“合作关系”正向影响团队关系权力/知识整合效用。

Nonaka, Toyama, 和 Konno (2000) 认为社会关系是个人之间共享和整合隐性和显性知识的有效机制, 从访谈数据可见在情感关系和合作关系共同构成了团队关系, 情感关系与合作关系互相依存, 共同影响与制约着团队权力/知识整合程度。总之: 权力/知识整合受到团队关系因素(知识传送方情感关系及合作关系)影响、团队关系是权力/知识整合基础。

### **冲突(冲突需求和差异冲突)是团队权力/知识整合的直接影响因素**

该命题包含了影响权力/知识整合的: 观念差异冲突、自我实现冲突和个性冲突。

#### 1. 观念差异冲突影响了权力/知识整合过程, 成为权力重要调节因素。

冲突需求是权力/知识整合的内驱变量, 观念冲突带来的是新的知识, 会给予知识转移方启发和知识创造刺激, 利于权力/知识整合创新的推进。也会造成知识整合阻滞, 尤其是权力/知识整合的主要调节因素。

#### 2. 自我实现是权力角逐的主要驱动力, 同时也受限于知识传送方个人知识整合程度。

这里知识传送方是个人知识整合和知识再创造过程, 这就依赖于知识传送方对获取到的他人权力/知识影响的认知能力。在有选择的情况下, 个人行为会增加他们的个人权力而不是社会权力 (Van Dijke, & Poppe, 2006)。通过本研究发现知识传送方之间的知识转移行为动机不是想要控制别人, 是想要影响别人的同时也想受到权力的影响。由此可见, 冲突需求(个人权力/知识实现)成为了权力/知识整合的重要支撑条件。

#### 3. 知识传送方个性冲突影响权力/知识整合的呈现方式。

通过将个人知识整合到知识管理实践、组织的决策过程中可根据个人需要和情况改变知识管理实践。那么在开放式集体绘画情景团队中, 这种灵活的权力/知识整合更加凸显。由于存在强烈的个性知识转移者, 一方面会从个性力量上去压制其他的知识传送方来创造话语权争夺机会, 不仅伴随着被集体排斥的风险, 还会使知识转移过程变得单一; 对于隐忍个性的知识传送方, 其具有知识的隐藏性, 不是所有的知识传送方都愿意分享自己的知识, 一方面虽然避免了恶性冲突带来的知识创造停滞, 但同时也会削弱了知识创造的递增。

总之, 无论是过程需求性的冲突还是需要边缘化的冲突, 都直接给予了权力/知识整合影响, 并起到重要的内因驱动变量调节作用。

### **协调是团队权力/知识整合目标的影响因素**

该命题下包含了 2 个影响权力/知识整合的路径: 协调、目标。

协调是权力/知识整合的外因驱动变量整个团队关系的权力/知识整合建设和知识冲突显现时, 协调是权力/知识整合的外驱变量。目标决定权力/知识表现, 任务目标直接影响权力/知识表现形式。

## 结论

本文基于深入定性方法,对开放式集体绘画团队权力/知识整合过程内容进行了探索性研究,重点探讨了一个问题:哪些因素影响了开放式集体绘画团队的权力/知识整合过程?按照扎根理论的思路和流程,得出结论:

1. 开放式目标决定了集体绘画创作团队的权力/知识整合过程是一个权力/知识重叠的发展整合过程;

2. 权力/知识整合受到团队关系因素(情感关系及合作关系)、差异冲突及协调因素、及冲突需求(个人权力/知识实现需求)影响。其中,团队关系是权力/知识整合基础,差异冲突及协调因素起到权力/知识整合调节作用,冲突需求(个人权力/知识实现需求)是权力/知识整合过程的重要支撑条件。

### 研究和发现的局限性:

由于集体绘画创作的特殊性与稀缺性,本文选取的4个团队7个访谈对象并不是一个比较多的例证研究设计,虽在现有的开放式集体绘画团队实践及理论中有所拓展,但还是在研究结果可以推广到理论构建的程度有所限制。本文提供了关于权力/知识视角在7位访谈者经验背景下的研究总结。然而,有必要在更广泛的团队和专业背景下进行未来的研究,努力将权力/知识的概念与现有的知识管理理论更有利的进行结合。

### 实践及研究启示:

开放式集体绘画团队知识整合过程情景下的权力/知识视角为知识管理、绘画团队实践者和研究人员提供了一个针对绘画团队可参考的内容展示,知识管理研究人员和实践者可以利用开放式集体绘画团队权力/知识整合内容在绘画团队及相关专业和社会文化背景下理解权力动态并具备一定的指导意义。

## References

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bhattarai, N., Li, Z., Edmondson, D., & Zhang, M. (2006). Alginate-based Nanofibrous Scaffolds: Structural, Mechanical, and Biological Properties. *Advanced Materials*, 18(11), 1463-1467.
- Corbin, B. S. (1990). *Identification of Family Member's Self-care Knowledge: A Qualitative Study*. Doctoral Dissertation, Grand Valley State University.
- Ezzamel, M., & Willmott, H. (1998). Accounting for Teamwork: A Critical Study of Group-based Systems of Organizational Control. *Administrative Science Quarterly*, 43(2), 358-396. <https://doi.org/10.2307/2393856>
- Foucault, M. (1977). Historia de la Medicinalización. *Educación Médica y Salud*, 11(1), 3-25.
- Foucault, M. (1980). The History of Exuality: Interview. *Oxford Literary Review*, 4(2), 3-14.

- Foucault, M., & Nazzaro, A. M. (1972). History, Discourse and Discontinuity. *Salmagundi*, (20), 225-248.
- Foucault, T., Kozhan, R., & Tham, W. W. (2017). Toxic Arbitrage. *The Review of Financial Studies*, 30(4), 1053-1094.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. UK: Routledge.
- Grant, R. M. (1996). Toward a Knowledge-based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 109-122.
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2000). Knowledge Flows Within Multinational Corporations. *Strategic Management Journal*, 21(4), 473-496.
- Hassan, A., Chachi, A., & Latiff, S. A. (2008). Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry. *J. KAU: Islamic Econ*, 21(1), 23-40.
- Jeohn, K. A., Chadwick, C., & Thatcher, S. M. B. (1997). To Agree or Not to Agree: The Effects of Value Congruence, Individual Demographic Dissimilarity, and Conflict on Workgroup Outcomes. *International Journal of Conflict Management*, 8(4), 287-305. <https://doi.org/10.1108/eb022799>
- Lukes, S. (1975). Political Ritual and Social Integration. *Sociology*, 9(2), 289-308. <https://doi.org/10.1177/003803857500900205>
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37.
- Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. (2000). SECI, Ba and Leadership: a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation. *Long Range Planning*, 33(1), 5-34.
- Pandit, N. R. (1996). The Creation of Theory: A Recent Application of the Grounded Theory Method. *The Qualitative Report*, 2(4), 1-15.
- Schultze, U., & Stabell, C. (2004). Knowing What You Don't Know? Discourses and Contradictions in Knowledge Management Research. *Journal of Management Studies*, 41(4), 549-573.
- Van Dijke, M., & Poppe, M. (2006). Striving for Personal Power as a Basis for Social Power Dynamics. *European Journal of Social Psychology*, 36(4), 537-556.
- Xu, C., & Qu, X. (2014). Cerium Oxide Nanoparticle: A Remarkably Versatile Rare Earth Nanomaterial for Biological Applications. *NPG Asia Materials*, 6(3), e90-e90.
- Yang, Y. F., Jang, G. B., Yang, X. J., Wang, Q. X., He, S. S., Li, S., Quach, C. T., Zhao, S. H., Li, F., Yuan, Z. Q., Lee, H. R., Zhong, H. B., & Liang, C. Y. (2018). Central Role of Autophagic UVRAG in Melanogenesis and the Suntan In Response. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, (pp. E7728-E7737). Washington, DC: PNAS.
- Zhang, L., Zhou, W., & Li, D. (2006). Global Convergence of a Modified Fletcher-Reeves Conjugate Gradient Method with Armijo-type Line Search. *Numerische Mathematik*, 104(4), 561-572.



**Name and Surname:** Qian Liu

**Highest Education:** Doctoral Degree

**Affiliation:** Panyapiwat Institute of Management

**Field of Expertise:** Business Administration



**Name and Surname:** Shenglong Han

**Highest Education:** Doctoral Degree

**Affiliation:** Panyapiwat Institute of Management

**Field of Expertise:** Program Design, Data Structure, Database System, and Information System Analysis and Design