



社会科学与管理

CHINESE JOURNAL OF
SOCIAL SCIENCE AND MANAGEMENT

第五卷 第一期 2021年 1-6月
Volume 5 No. 1 (January-June 2021)



ISSN 2586-8535 (Online)

泰国正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

列入泰国期刊引文索引 (TCI 2)

Indexed in the Thai-Journal Citation Index (TCI 2)

社会科学与管理

第 5 卷第 1 期 2021 年 1-6 月

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 5 No. 1 (January-June 2021)

正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 5 No. 1

January-June 2021

Copyright:

Panyapiwat Institute of Management

85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talat, Pakkred, Nonthaburi, 11120 Thailand

Tel. +66 2855 1048

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index>

E-mail: cjssm@pim.ac.th

Copyright © 2017, Panyapiwat Institute of Management



社会科学与管理

Chinese Journal of Social Science and Management

第 5 卷第 1 期 2021 年 1-6 月 ISSN 2586-8535 (Online)

《社会科学与管理》是泰国正大管理学院主办的中文版学术期刊，创刊于 2017 年，于当年 6 月正式出版，2018 年已被列入 TCI2（泰国期刊引文索引第二组）。所有期刊皆可在本刊官网查阅 <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index>

宗旨

《社会科学与管理》期刊（中文版）旨在推动社会科学与管理领域研究的发展，为学者和研究人员提供优良的中文学术交流及研究成果发表平台，协助发表准确、精良的学术文章和具有原创性、前沿性的研究文章，并在全球范围内推广这些研究成果。

投稿范围与语言

专业领域：工商管理、管理科学、文学艺术、教育等研究领域。

文章类型：研究型文章、学术型文章、评论文章。

语言：中文

录稿要求

1. 任何发表的稿件必须经过特定领域或相关领域至少两名同行评审专家的评审。《社会科学与管理》期刊采用双盲同行评审原则，即作者姓名和审稿人姓名互不公开。
2. 提交的文章必须从未在任何其他期刊上发表，不得在任何其他期刊出版前的审批流程中。此外，作者不得剽窃他人原创内容。
3. 在本期刊上发表的言论、表达式、插图和表格仅代表作者观点，与正大管理学院无关。
4. 《社会科学与管理》期刊编辑委员会保留发表任何文章的决定权。

出版周期

半年刊（两期/年）

第一期：1 月至 6 月

第二期：7 月至 12 月



社会科学与管理

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 5 No. 1 (January-June 2021) ISSN 2586-8535 (Online)

The Chinese Journal of Social Science and Management (CJSSM) is a Chinese-language academic journal which is owned by Panyapiwat Institute of Management. It was published in 2017 and officially certified by the Thai Journal Citation Index Centre Index as being in the second tier of Journals in Humanities and Social Sciences (TCI2) in June of 2018. It is an online journal and published at <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index>

Objective

The objectives of the CJSSM are to promote research study and development in the area of social science and management, and to provide a platform for researchers and academics to exchange their views and publish the results of their studies. It was designed specifically to help produce clear and concise article, publish original and leading-edge academic research, and disseminate these research results to the global community.

Scope

1. Scope of contents comprises the fields of Business Administration, Management Science, Liberal Arts, Education and Other related fields.
2. Types of academic work comprise research article, academic article, and critical review of journal article.
3. Languages of academic work: Articles written in Chinese are accepted for publication.

Journal Policy

1. Any manuscripts to be accepted for publication must have been reviewed and approved by at least two peer reviewers in that particular field or related fields. The CJSSM has a double-blind peer review policy which means that neither the peer reviewer nor the author knows the identity of each other.
2. The submitted manuscript must have never been published in any other periodical, and must not be in the approving process for publication by any other periodicals. Also, the author must not plagiarize the work of other people.

3. The article, expression, illustrations, and tables that are published in the CJSSM are the sole responsibility of the author, and definitely not that of Panyapiwat Institute of Management.

4. The Editorial Board of Chinese Journal of Social Science and Management reserves the right for decision making on publishing any articles in the CJSSM.

Frequency of Publication

Biannual Publication (two issues / year)

The first issue: January - June

The second issue: July - December

社会科学与管理

第 5 卷第 1 期 2021 年 1-6 月 ISSN 2586-8535 (Online)

Chinese Journal of Social Science and Management

Volume 5 No. 1 (January-June 2021) ISSN 2586-8535 (Online)

顾问 / **Advisory Board**

Mr. Natee Taweessrifuengfung	Panyapiwat Institute of Management
Assoc. Prof. Dr. Somrote Komolavanij	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Pisanu Rienmahasarn	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Erming Xu	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Haijun Lu	Panyapiwat Institute of Management

主编 / **Editor-in-chief**

Dr. Pak Thaldumrong	Panyapiwat Institute of Management
---------------------	------------------------------------

副主编 / **Associate Editors**

Asst. Prof. Dr. Ao Chen	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Bei Lyu	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Hongyan Shang	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Renyuan Nong	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Yishu Liu	Panyapiwat Institute of Management

编委会 / **Editorial Board**

外部编委 / External Experts

Prof. Dr. Baoyun Yang	School of International Studies, Peking University, China
Prof. Dr. Tao Wang	School of Economic and Management, Wuhan University, China
Assoc. Prof. Dr. Chao Qiu	School of Public Health, Guangdong Pharmaceutical University, China
Assoc. Prof. Dr. Liu Hu	Office of President, Hubei Business College, China

Assoc. Prof. Dr. Pornpan Juntaronanont	Faculty of Liberal Arts, Krirk University, Thailand
Asst. Prof. Dr. Juree Suchonvanich	School of Humanities and Applied Arts, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand
Asst. Prof. Dr. Yan Ye	Graduate School of Human Sciences, Assumption University, Thailand
Asst. Prof. Korsak Thamcharonkij	Former Lecturer of Faculty of Arts, Chulalongkorn University, Thailand
Dr. Bei Song	School of Educational Science, Baise University, China
Dr. Ching-chou Chen	CHINA-ASEAN International College, Dhurakij Pundit University, Thailand
Dr. Jianmin Sun	School of Management, Nanjing University of Posts and Telecommunications, China
Dr. Jingyan Zhao	Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University, Thailand
Dr. Kelvin C. K. Lam	CHINA-ASEAN International College, Dhurakij Pundit University, Thailand
Dr. Limin Shao	Faculty of Education, Chulalongkorn University, Thailand
Dr. Xiaoxia Wei	International College, Mahidol University, Thailand

内部编委 / Internal Experts

Asst. Prof. Tansiny Lertsiriworapong	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Guihua Lu	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Nalintip Vipawatanakul	Panyapiwat Institute of Management
Dr. Xu Ren	Panyapiwat Institute of Management

编委会秘书 / Editorial Secretary

Dr. Yang Xu	Panyapiwat Institute of Management
-------------	------------------------------------

评审专家名单
社会科学与管理
第 5 卷第 1 期 2021 年 1-6 月

Peer Reviewers
Chinese Journal of Social Science and Management
Volume 5 No. 1 (January-June 2021)

Prof. Dr. Jianyu Zhao	Harbin Engineering University, China
Assoc. Prof. Dr. Jinxiang Tang	Baise University, China
Assoc. Prof. Dr. Xi Xi	Harbin University of Commerce, China
Asst. Prof. Korsak Thamcharonkij	Former Lecturer of Chulalongkorn University, Thailand
Dr. Bei Song	Baise University, China
Dr. Ching-chou Chen	Dhurakij Pundit University, Thailand
Dr. Dehua Xi	Panyapiwat Institute of Management, Thailand
Dr. Hongyan Shang	Panyapiwat Institute of Management, Thailand
Dr. Limin Shao	Chulalongkorn University, Thailand
Dr. Liou-Yuan Li	Naresuan University, Thailand
Dr. Qiuxue Luo	Baise University, China
Dr. Xiaoxia Wei	Mahidol University, Thailand

刊首语

新冠疫苗虽然在许多国家推广，但各国国门还是没有正常开放，面对面交流继续被远程对话所临时替代。网上办公、学习、研讨、签约，甚至游学、留学成了当下最普遍的方式。CJSSM 团队，在经历了一年的在线运营后，对各流程的衔接和配合更加游刃有余。

在线提交、修改、审查和编辑得到更广泛的采用，编辑团队和同行一直在努力确保该平台保持其惯有的水准，并确保期刊正常运作，特别是编辑工作，严格有序地进行。

在第九期《社会科学与管理》期刊（CJSSM）中，我们从包括泰国正大管理学院、中国百色学院、中国北京师范大学、中国上海泉坪电子科技有限公司、泰国华侨崇圣大学、泰国宋卡王子大学在内的国内外学者和研究人员中征集了十篇稿件。这些研究内容包括开放式集体绘画团队权力/知识整合的过程研究；网络舆情危机管理情景下舆论引导力研究；股权集中度、创新投入与企业绩效关系研究；企业文化对员工绩效的影响研究；辱虐管理行为对管理者自身焦虑的影响研究；企业创新能力、创新投入与绩效的关系之探究；汉泰语常用语气词对比研究；人工智能技术应用于国际汉语语言教学中的研究；试论语言偏见——读 R. A. HUDSON 《社会语言学》；以 IPA 分析法评估泰国 A 大学的中国留学生宿舍服务品质。

期刊文章除了可以在 TCI 和泰国正大管理学院的平台上查找和下载，读者还可以在中国知网（CNKI）平台上访问我们的资料。这对有兴趣阅读我们文章的读者，尤其是对中国读者来说，无疑是一个帮助。我们相信，通过中国知网这样的知名平台，可以增加期刊的曝光度和文章的浏览量，促进学术合作交流的机会。

主编

Foreword

Although the COVID-19 vaccination is being implemented in many countries, most of them have still not opened as usual, while face-to-face communication continues to be temporarily replaced by online. Working from home, online study, and online seminars have become the norm at the moment. After a year of online operations, the CJSSM editorial team has gained more experience in dealing with communications and collaboration. Online submissions, revisions, reviews, and editing have become more widely adopted. Our editorial team and peers are continuously striving to ensure that CJSSM maintains its standards and normal operations, especially the editing is carried out in a rigorous manner.

In the 9th issue of CJSSM, we have accepted ten manuscripts from academics and researchers from international and local institutions, including Panyapiwat Institute of Management, Baise University, Beijing Normal University, Shanghai Quanping Electronic Technology Co., Ltd., Prince of Songkla University, and Huachiew Chalermprakiet University. These studies comprise topics; such as, the power/knowledge integration process of open collective painting teams; the guiding power of internet public opinion crisis management—taking Daqing Oilfield news as an example; ownership concentration, innovation investment and firm performance—the evidence from Chinese manufacturing listed companies; the influence of enterprise culture on employee performance—taking loyalty as the mediating variable; the influence of abusive supervision on manager's own anxiety based on the mediating role of job demands and regulatory role of emotional intelligence; exploration on the relationship between innovation capability, innovation input and corporate performance: a sample of pharmaceutical manufacturing; a comparative study of commonly used modal particles in Chinese and Thai language; the application of artificial intelligence technology in international Chinese language teaching; linguistic bias based on sociolinguistics by R. A. Hudson; and evaluation of service quality of university dormitory for Chinese student in Thailand using IPA tool.

As well as being available on the TCI's and Panyapiwat Institute of Management's platforms, those who are interested in reading our articles may also access the materials on the CNKI platform. This would certainly be a help to readers, especially in China. We believe that by providing access through another well-known platform like CNKI, the journal can increase its exposure and increase opportunities for future academic collaboration.

Editor-in-chief

目录

开放式集体绘画团队权力/知识整合的过程研究	1
邓蕾、王珊珊	
网络舆情危机管理情景下舆论引导力研究——以《大庆油田报》为例	17
黄特	
股权集中度、创新投入与企业绩效关系研究——基于中国制造业上市公司的经验证据	25
陈桃红、何晓明	
企业文化对员工绩效的影响研究——以忠诚度为中介变量	41
吴平珍、农任媛、陈禀	
辱虐管理行为对管理者自身焦虑的影响研究——基于工作要求的中介作用以及情绪智力的调节作用	57
许杨、刘松柏	
企业创新能力、创新投入与绩效的关系之探究：医药制造业公司为例	72
梁婷、王珊珊	
汉泰语常用语气词对比研究	85
杨茂春、崔亚冲	
人工智能技术应用于国际汉语语言教学中的研究	101
倪丹	
试论语言偏见——读 R.A. HUDSON 《社会语言学》	113
范明新、吴玉凤	
以 IPA 分析法评估泰国 A 大学的中国留学生宿舍服务品质	123
龙正翔	

CONTENTS

THE POWER/KNOWLEDGE INTEGRATION PROCESS OF OPEN COLLECTIVE PAINTING TEAMS	1
<i>Lei Deng, Shanshan Wang</i>	
THE GUIDING POWER OF INTERNET PUBLIC OPINION CRISIS MANAGEMENT —TAKING DAQING OILFIELD NEWS AS AN EXAMPLE	17
<i>Te Huang</i>	
OWNERSHIP CONCENTRATION, INNOVATION INVESTMENT AND FIRM PERFORMANCE ——THE EVIDENCE FROM CHINESE MANUFACTURING LISTED COMPANIES	25
<i>Taohong Chen, Xiaoming He</i>	
THE INFLUENCE OF ENTERPRISE CULTURE ON EMPLOYEE PERFORMANCE ——TAKING LOYALTY AS THE MEDIATING VARIABLE	41
<i>Pingzhen Wu, Renyuan Nong, Ao Chen</i>	
THE INFLUENCE OF ABUSIVE SUPERVISION ON MANAGER’S OWN ANXIETY BASED ON THE MEDIATING ROLE OF JOB DEMANDS AND REGULATORY ROLE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE	57
<i>Yang Xu, Songbai Liu</i>	
EXPLORATION ON THE RELATIONSHIP BETWEEN INNOVATION CAPABILITY, INNOVATION INPUT AND CORPORATE PERFORMANCE: A SAMPLE OF PHARMACEUTICAL MANUFACTURING	72
<i>Ting Liang, Shanshan Wang</i>	
A COMPARATIVE STUDY OF COMMONLY USED MODAL PARTICLES IN CHINESE AND THAI LANGUAGE	85
<i>Wasan Supsiriphan, Yachong Cui</i>	
THE APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY IN INTERNATIONAL CHINESE LANGUAGE TEACHING	101
<i>Dan Ni</i>	
LINGUISTIC BIAS BASED ON SOCIOLINGUISTICS BY R. A. HUDSON	113
<i>Mingxin Fan, Nareerat Watthanawelu</i>	
EVALUATION OF SERVICE QUALITY OF UNIVERSITY DORMITORY FOR CHINESE STUDENT IN THAILAND USING IPA TOOL	123
<i>Zhengxiang Long</i>	

开放式集体绘画团队权力/知识整合的过程研究

THE POWER/KNOWLEDGE INTEGRATION PROCESS OF OPEN COLLECTIVE PAINTING TEAMS

邓蕾¹, 王珊珊²

Lei Deng¹, Shanshan Wang²

^{1,2} 泰国正大管理学院中国研究生院

^{1,2} Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: July 30, 2019 / Revised: November 7, 2019 / Accepted: November 27, 2019

摘要

本文基于知识管理视角,以福柯的权力/知识理论作为支持来研究开放式集体绘画创作团队中知识传送方之间权力/知识整合过程中的内容。本文选取绘画领域的开放式集体绘画创作团队为研究对象,以深入访谈式定性方法对团队权力/知识整合过程进行探索性研究,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) 团队关系是权力/知识整合基础,差异冲突及协调因素起到对权力/知识整合的调节作用,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。通过本研究可将本文发现的知识整合内容应用于更广泛的团队实践专业背景中,并或解决围绕知识传送方之间的权力/知识整合内容的一个空白。

关键词: 开放式集体绘画团队 知识整合 权力/知识 过程

Abstract

Based on the perspective of knowledge management, this paper studies the content of power/knowledge integration between knowledge transferors in an open group painting creation team with the support of the power/knowledge theory of formalist. This article selected an open collective painting creative team in the field of painting as the research object, with in-depth interviews of the qualitative approach to the team power/knowledge integration process for exploratory research, drawing the following conclusions: (1) Open goals decided the collective painting creation team power/knowledge integration process as a power/knowledge overlapping development integration process; (2) Team relationship is the basis of power/knowledge integration, difference conflict, and

coordination factors, which play a regulating role in power/knowledge integration, and conflict demand (individual power/knowledge realization demand) is an important supporting condition for the power / knowledge integration process. Through this study, the knowledge integration content found in this paper can be applied to a broader professional background of team practice. Alternatively, a gap in the power/knowledge integration content around knowledge transferors can be filled.

Keywords: Open Group Painting Team, Knowledge Integration, Power/Knowledge, Process

引言

于当下信息全球化, 知识经济、互联网信息繁荣时代社会背景下, 社会各个方面的发展与创新已经不仅仅取决于技术、资源、资本、数量与规模带来的推进 (Wan, 2010)。1996 年世界经济合作与发展组织 (OECD) 提出“以知识为基础的经济 (Knowledge-based Economy)” (Shu, 2006) 这一概念后, 经济发展的决定性力量已经从传统的资源转移到知识资源 (Zhang, 2017), 经济资源观下根据马克思主义的观点: “不论是什么社会, 谁占有生产资料和经济资料, 谁就可以决定生产的目的, 控制生产和经营管理的过程, 支配劳动产品和财富分配的形式, 从而获得一种支配他人意志的权力基础” (Marx & Engels, 1979)。因此知识成为增强组织竞争力及创新生产力的重要战略需求。同时开放式集体绘画创作团队合作深入到了艺术传播、教育、企业、专业性和商业性以及社会文化功能等方面, 成为了当下与未来市场不可取代的值得研究的一种创新团队及知识整合管理行为。而这种创新团队的知识整合行为内容并未有人进行研究归纳, 由于这种集体绘画创作团队权力/知识整合过程的模糊性, 导致了合作投入时间过多和知识整合不完全的现象, 如能弄清权力/知识整合过程内容及关系, 或可发现在绘画领域团队中的一些知识整合问题, 以帮助绘画团队降低时间成本及人力成本, 积极地提高知识整合程度和知识创新效果, 并使知识管理在绘画领域可以将本文发现的知识整合内容应用于更广泛的团队专业实践背景中。同时在现有的知识管理学术研究中缺乏针对开放式集体绘画这一形式的团队内部知识管理过程进行的研究与分析, 或可借以本文研究的知识发送方与知识发送方之间的平行新角度对知识整合内容做一点补充。

文献综述

1. 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。第二种观点是关注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, 1974)。第三种权力观来自福柯 (1972-1977), 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)。Latiff 和 Hassan (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。

2. 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 (Wang, Zhong, & Jang, 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 & 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, I., Toyam, R., 和 Konno (1995) 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 (Zhang & Li, 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 (Liu & Du, 2018)。

3. 福柯理论对权力/知识理论的解读

Foucault (1974, 1980, 1983) 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, 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。

4. 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 (Zhu & Yang, 2019; Glaser & Strauss, 1967) 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

1. 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。

1.1 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、形式的认知来寻找到共鸣, 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。

1.2 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。

1.3 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。

1.4 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。

1.5 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, 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。

1.6 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。

1.7 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。

1.8 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。

1.9 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。

1.10 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。

1.11 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多的。因为同是双胞胎嘛，这个意识上啊是相互认同的...	创作双方是双胞胎，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	
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种默契，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	合作关系
l30	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	
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 GSLCY107	

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
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	人际协调
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	
148	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 GSLCY103	
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	技术协调
y75	大家还觉得，改变这个人原来的思路，在绘画过程当中创作，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 GSLCY116	
17	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	需缓解冲突
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	
141	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	

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
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	突需求冲
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	
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	权力
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	
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

2. 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 (Strass & 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

3. 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。

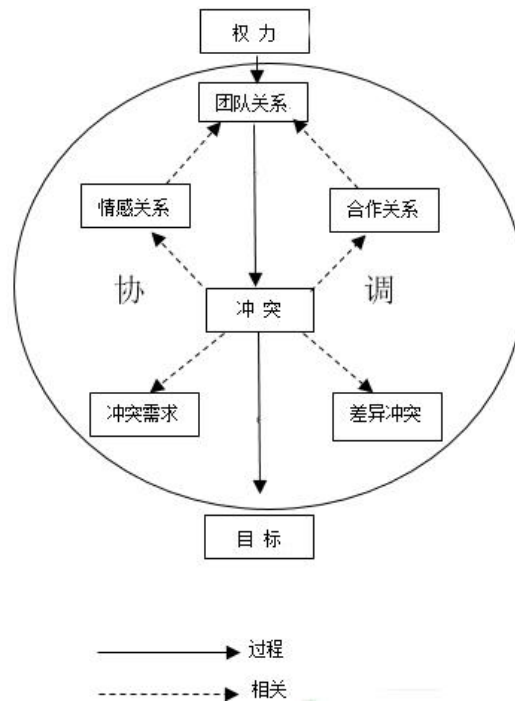


图1 开放式集体绘画创作团队内部权力/知识整合过程模型

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。

1. 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。

2. 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：

2.1 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。

2.2 “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, Toyam, 和 Konno (1995) 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。

3. 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。

3.1 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, 其是权力/知识整合的主要调节因素。

3.2 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。

3.3 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 (Isabel & Jawad, 2013)。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。

4. 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—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。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

- Amabile, T. M. (1988). A Model of Creativity and Innovation in Organization. *Organizational Behavior*, 19(1), 123-167.
- Anmin, W. (2008). *Foucault's Line*. Nanjing: Nanjing University Press. [in Chinese]

- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Beck, R., Rai, A., & Fischbch, K. (2015). Untangling Knowledge Creation and Knowledge Integration in Enterprise Wikis. *Journal of Business Economics*, 85(4), 389-420.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.
- Ezzamel, M., & Willmott, H. (1998). Accounting for Teamwork: A Critical Study of Group-Based Systems for Organizational Control. *Administrative Sciences Quarterly*, 43, 358-396.
- Foucault, M. (1974). Prisons et Asiles dans le Mécanisme du Pouvoir. In M. Foucault, D. Defert, F. Ewald, & J. Lagrange(Eds.), *Dits et Ecrits* (pp. 523-524). Paris: Gallimand.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, Allen Lane, and London. New York: Vintage Books.
- Foucault, M. (1977). *Power/Knowledge: Selected Interview Sand Other Writings*. New York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected interviews and other writings 1972-1977*. New York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1983). The Subject and Power. In H. Dreyfus & P. Rabinow (Eds.), *Beyond Structuralism and Hermeneutics* (pp. 208-226). Chicago: The University of Chicago Press.
- Foucault, M. (2017). *Power and Words*. (Translated by Yihan C.) Wuhan: Huazhong University of Science and Technology Press.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Grant, R. M. (1996). Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 17(Winter Special), 109-122.
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2000). Knowledge Flows within Multinational Corporations. *Strategic Management Journal*, 3, 443-457.
- Isabel, R., & Jawad, S. (2013). Ethical Issues in Knowledge Management: Conflict of Knowledge Ownership. *Journal of Knowledge Management*, 17, 6.
- Jehn, K. A. (1997). Affective and Cognitive Conflict in Work Groups: Increasing Performance through Value-Based Intragroup Conflict. In De Dreu, C. K. W. & Van de Vliert, E. (Eds), *Using Conflict in Organizations* (pp. 87-100). London: Sage.
- Jin, Z. Q., Wang, X. Y., Liu, Q. L., Zhong, B. W., & Jang, H. (2018). Influencing Factors of Knowledge Connection and Integration in Interdisciplinary Research Teams of Intelligent Manufacturing-Application Case of Grounded Theory. *Science and Technology Management Research*, 38(23), 137-144. [in Chinese]
- Lukes, S. (1974). *Power: A Radical View*. London: Macmillian.

- Latiff, H. S. B., & Hassan, A. (2008). Rise and Fall of Knowledge Power: An In-Depth Investigation. *Humanomics*, 24(1), 17-27.
- Liu, Z. S., & Du, R. X. (2018). Research on the Relationship Between Knowledge Heterogeneity, Knowledge Integration Ability and Team Creativity of Entrepreneurial Teams. *Science and Technology Management Research*, 38(8), 159-167. [in Chinese]
- Marx, K. H., & Engels, F. V. (1979). *The Complete Works of Marx and Engels* (vol. 46). Beijing: People's Publishing House. [in Chinese]
- Ma, D. H. (2007). Innovative Knowledge Base View. *Intelligence Journal*, (10), 107-110. [in Chinese]
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37.
- Nonaka, I., Toyam, R., & Konno, N. (1995). Ba and Leadership: A Unified Model of Dynamic Knowledge. *Creation. Science Direct*, 2(1), 5-34.
- Peter, F. D. (1993). *Post Capitalist Society*, New York: Harper Collins.
- Pandit, N. R. (1996). The Creation of Theory: A Recent Application of the Grounded Theory Method. *The Qualitative Report*, 2(4), 1-14.
- Strass, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Technique*. Newbury Park: Sage Publications.
- 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.
- Shu, L. B. (2006). *Research on the Process Mechanism and Influencing Factors of Knowledge Transfer within Team-Taking Enterprise R&D Team as an Example*. Doctoral Dissertation, Zhejiang University. [in Chinese]
- 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.
- Wan, T. (2010). Research on the Influence of Conflict Management on Team Performance. Technical. *Economic and Management Research*, (S2), 61-66. [in Chinese]
- Xu, G. C. (2013). *A Comparative Study of Marx's and Foucault's Views on Power*. Doctoral Dissertation, Jilin University. [in Chinese]
- Xu, J. Z., & Qu, X. Y. (2014). Research on the Relationship Between Team Cross-Border Behavior, Knowledge Transaction and Team Creativity - Based on Empirical Analysis of Equipment Manufacturing Enterprises. *Science and Technology Management*, 35(7), 151-161. [in Chinese]
- Zeng, S. Y. (2011). *A Study of the History of Western Political Thought to Understand the Problem of Political Power*. Doctoral Dissertation, Jilin University. [in Chinese]
- Zhang, Z. C. (2005). From Knowledge and Power to Power Knowledge. *Academic Research*, (12), 14-20, 147. [in Chinese]

- Zhang, Z. Q., & Li, F. (2006). Enterprise Knowledge Base View: Dynamic Open Perspective. *Intelligence Journal*, (8), 18-21. [in Chinese]
- Zhang, X. J. (2017). Knowledge Management System Use and Job Performance: A Multilevel Contingency Model. *Mis Quarterly*, 41(3), 811-840.
- Zhu, X. M., & Yang, S. (2019). Writing Paradigm of Management Review Articles. *Foreign Economy and Management*, 41(7), 137-152. [in Chinese]



Name and Surname: Lei Deng

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Fine Arts



Name and Surname: Shanshan Wang

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration

网络舆情危机管理情景下舆论引导力研究

——以《大庆油田报》为例

THE GUIDING POWER OF INTERNET PUBLIC OPINION CRISIS MANAGEMENT—TAKING DAQING OILFIELD NEWS AS AN EXAMPLE

黄特

Te Huang

泰国正大管理学院中国研究生院

Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: August 5, 2019 / Revised: February 12, 2020 / Accepted: February 17, 2020

摘要

近年来,全媒体以其内容、渠道、功能层面的优势强势崛起,不仅使人们感受到新兴媒体所赋予的公开发表言论的力量,但在信息不对称的前提下,公众传递了不可想象的负面舆论,且一发不可收,造成一波又一波网络舆论危机,造成的负面影响也就是网络舆情危机。传统媒体受到冲击,发声力度越来越薄弱,微不足道。本文主要探讨以《大庆油田报》为例的党报、机关报,在面对如此境遇,如何提升舆论引导力?

另外,本文提出全媒体时代为背景,以危机管理理论、信息不对称理论等理论为基础,通过定性研究中的访谈法和扎根理论分析方法,梳理总结几个影响提升舆论引导力的几个要素,即提升舆论领导者能力、提升舆论从业者能力、提升舆论参与者能力。这一结论将对于党报、机关报科学处置网络舆情危机意义重大。

关键词: 全媒体网络 舆情危机 危机管理 舆论引导力

Abstract

In recent years, the whole media has risen vigorously with its advantages in content, channel, and function. However, the public has transmitted unimaginable negative public opinion, which cannot be received at once. Waves of crises for network public opinion have caused a negative impact, that is, the crisis of network public opinion. Traditional media forms have been impacted, and their

voices are becoming weaker and weaker. This paper mainly discusses how to improve the guidance of public opinion in the face of such a situation, taking Chinese Communist Party's newspaper Daqing Oilfield Daily as an example.

Based on the theory of crisis management and information asymmetry, this paper puts forward the background of the all-media era. Through interviews and grounded on theoretical analysis methods in qualitative research, this paper summarizes several factors that affect the promotion of public opinion guidance, namely the enhancement of public opinion for leaders' ability, the enhancement of public opinion for practitioners' ability, and the enhancement of public opinion for participants' ability. This conclusion will be of great significance for Chinese Communist Party's newspapers and organ newspapers to scientifically deal with the crisis of network public opinion.

Keywords: All Media Internet, Public Opinion Crisis, Crisis Management, Leadership of Public Opinion

引言

根据 2018 年 8 月 20 日中国互联网络信息中心 (CNNIC) 在京发布的第 42 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2018 年 6 月 30 日,中国网民规模达 8.02 亿,互联网普及率为 57.7%。中国手机网民规模达 7.88 亿,网民通过手机接入互联网的比例高达 98.3%,人均每天上网 237.4 分钟。中国新闻出版研究院发布的《第 15 次全国国民阅读调查》数据显示,中国成年国民人均每天读书 20.38 分钟,读报 12.0 分钟,手机接触 80.43 分钟,互联网接触 60.70 分钟。另据相关报告统计,中国成年国民人均纸质图书阅读量 7.86 本,微信用户每天平台阅读文章 5.86 篇,智能手机用户每人每天看手机 150 次(Li & Dong, 2019)。

透过数据可以清晰地看到,在时下信息爆炸的新世纪,信息的传播速度远超过媒体行业的预想,越来越多的新兴媒介开始成为信息传播的主体,在影响力上已经越发不可控。尤其是全媒体时代的到来,让传统媒体在引导舆论方面“一家独大”的局面彻底消失。媒体新势力的崛起和各种新技术的开发,让传统媒体在实际工作中不得不注意对新技术、新信息交流平台的利用和把握。

因此,本文研究的主要目的就是以纸媒为着力点,尤其是像《大庆油田报》为代表的党报、机关报面对网络舆情时应对危机管理的情景下,如何提升舆论引导力,使公众信服,并且进行有效的政治舆论引导,符合受众的心理需求,以受众易于接受的形式和语言进行传播,使得其传播的内容能够获得受众的认同,进而接受主流媒体报道的思想,是值得深入研究的。

结合文献的梳理总结,以及对相关从业人员进行深度访谈,本文采用定性研究中扎根理论方法,对访谈记录进行编码与分类,归纳出舆论引导力的 3 个维度的因素。

文献综述

“全媒体” (Omnimedia) 是由 *omni* (全) 这个前缀和 *media* (媒体) 这个核心概念构成的新词。这一新词与概念最早出现在美国, 它最初的应用也不是字面上的大众传播领域, 而是生活服务领域。2008 年, “全媒体” 开始在新闻传播领域崭露头角。许多媒体从业者纷纷提出 “全媒体战略” 或 “全媒体定位” (Gao, 2012)。

所谓 “舆论引导”, 一般指的是媒体根据自身设定的议程和议题, 朝着特定方向引导受众的理解和思考, 影响其意见、态度、倾向, 是大众传媒的重要功能之一。研究舆论引导的要素构成问题, 需要参照上述传播学的 “模式”。我们可以认为舆论引导的要素构成主要包括: “舆情分析”、“议题设置”、“传播策划”、“议题接受” 这四大要素, 它们彼此相互连接, 覆盖了舆论引导的系统整体。

提起 “危机管理”, 我们也可以这样理解: 危机, 顾名思义, 指现有或潜在的能造成破坏和损失的事件。企业危机管理则是指企业运营管理过程中, 针对未来可能面临或目前面临的危机事件, 开展的一系列有秩序的管理活动。企业进行危机管理是希望能将危机带来的负面影响尽可能消除或降到最低, 为企业以后的正常运行提供机会 (Hu, 2014)。

中国也有学者研究指出: “舆论引导能力的主体, 不仅仅是大众传媒, 而且也应当包括领导干部、主管部门负责人和有关工作人员 (以上为领导者和管理者); 而在媒体中, 则不仅包括负责人, 而且包括媒体从业者 (以上为媒体中人)”。因此, 结合当前我国舆论引导的实际来看, 研究舆论引导的能力提升, 必须从舆论领导者、舆论参与者, 与舆论接受者这三个维度来探讨舆论引导的能力提升问题。

本文基于 4R 危机管理理论, 研究《大庆油田报》面对网络舆情危机, 如何提升舆论引导力。4R 危机管理理论是由美国危机管理学家罗伯特·希斯提出, 他将企业危机管理的周期划分为四个阶段, 并对每个周期的功能及工作任务做了相应的指导。该理论把危机管理分为缩减 (Reduction)、预备 (Readiness)、反应 (Response) 和恢复 (Recovery) 四个阶段。同样的, 其危机管理理论与党报、机关报网络舆情危机管理具有适用性 (Zhang & Yang, 2017)。

社会 “角色” (理论的研究兴起于世纪初期, 各国社会学家、社会心理学家都参与了这一理论的讨论。最早系统化概括了社会角色理论的是来自美国的芝加哥学派, 他们认为社会角色实质上是为了描述社会人在社会交往中可以预见的互动行为模式以及个人与社会活动的关系。社会角色 (是一种行为模式, 该模式规范下, 人们的社会身份、地位、权利与义务高度统一) 它是成员对于指定角色者行为习惯的一种期盼, 它是构成群体和社会组织的基础。

信息不对称 (Information Asymmetry) 最初是微观信息经济学研究中的一个基础性概念, 后逐渐应用于对政治过程、公共政策等诸多社会公共事务的分析。依据信息不对称理论,

已有研究多将政府与公众间的信息不对称按照来源的主客观性分为两类：一类是外生性信息不对称，由政府工作本身所具有的技术禀赋、内涵、性质、特征等决定，而非个体主观意识造成；另一类是内生性信息不对称，是政府利用公众对其行为事前无法预测、事中无法观察和监督、事后无法验证而造成的信息不对称 (Peng, 2015)。

从目前研究成果看，学界对于网络舆情危机的内涵，网络舆情危机的生成机制，网络舆情危机的演化传播及其应对都有了一定的研究。但是相关的研究，特别是网络舆情危机管理应对问题的研究，一般着手于网络舆情危机管理通用场景下的应对手段探索，对特定阶段、不同情景下的网络舆情危机管理的导控研究，其针对性和系统性较为不足。因而科学划分党报、机关报面对网络舆情危机管理情境下提升媒体舆论引导力，对于党报、机关报科学处置网络舆情危机意义重大。因此，本文从危机管理的视角探讨传统媒体向新媒体转型过程中，从几方面提升舆论引导力，重新掌控舆论引导的主动权，重新建立舆论监督的良好环境。

事实上，无论是“网络舆情危机”，还是“网络暴力”，面对复杂的社会舆论环境，正确的舆论引导始终是新闻媒体的生命线，也是新闻人的第一要务。“舆论导向正确，利党利国利民，舆论导向错误，误党误国误民”。《大庆油田报》不仅仅代表着大庆油田，同时，也是中国石油企业中的一份子，正确引导民众对中国石油企业有一个正确认知，不但要挽回石油人、石油企业破败不堪的形象，更要在民众的心理中重新树立威望和公信力。

研究方法

定性研究也称为质性研究、质化研究。这种研究方法在社会科学及教育学领域使用非常广泛。

本文使用了一种“访谈引导方法”(Patton, 1990)，预先以大纲的形式具体指定了访谈的主题和问题，使访问者在访谈进行过程中能确定问题的准确顺序和措辞。本研究运用的是非结构式访谈。

访谈的问题在研究课题的整个进程中有极小变化，但基于样本的理论饱和性和成熟的经验标准，最后选取确定 8 个样本。

本文的研究对象是大庆油田报社的领导层、中层领导以及报社编采人员。笔者对大庆油田报社社长、大庆油田报社要闻采访部主任兼副总编辑，以及大庆油田报社要闻采访部 4 名记者和 4 名编辑进行 12 次现场访谈。其中，5 次做了录音，每次访谈时间不等，平均采访时间 35 分钟一次。

结合研究的问题，笔者拟定了 5 个相关问题作为采访提纲，如下：

全媒体时代下，《大庆油田报》受到了什么样的冲击和影响？

《大庆油田报》作为大庆油田分公司的机关党报在提升舆论引导力方面有什么样的做法？

《大庆油田报》承担着怎样的政治舆论引导的职责？

在面对网络舆情危机管理中，我们应该如何应对？

网络舆情危机管理不是一个个案，但也绝不是一个泛滥的现象，除了预防这种危机情况的发生，我们还需要做哪些工作让机关党报能赢得更多的认可，重塑公信力？

研究结果

开放式编码是经由密集的检测资料来对现象加以命名与类属化的过程，不仅要收集的资料打散，赋予概念，而且要以新的方式重新组合并予以操作化。

表 1 研究对象 A1 的开放性编码示例

原始资料	开放性编码
	初始概念
大庆油田报社是中国石油集团公司大庆油田分公司所属《大庆油田报》、《都市生活》两刊报纸的报社。《大庆油田报》是大庆油田分公司的机关报，《都市生活》这一特刊的创办使它的覆盖面直达油田所有单位、家庭。日发行量为 20 万份。从内容上可以看出《大庆油田报》与《都市生活》的定位不同，《大庆油田报》以宣传报道油田生产上发生的大事小事以及反映油田职工精神面貌为主，油田职工的业余生活，油田生产上的喜闻乐见的趣事为辅.....	A1-1: 响应国家号召 A1-2: 发行量高 A1-3: 新兴媒体 A1-4: 报社影响力 A1-5: 国家、国际石油政策法规 A1-6: 上传下达的纽带作用 A1-7: 媒体融合 共计 80 个概念（初步形成）

轴心式编码是扎根理论逐级编码过程的中间阶段，旨在发现、建立主要概念类属与次要概念类属之间的各种有机联系，从而将分散的资料以新的方式重新组织起来(见表 2)。

表 2 选择性编码结果

核心范畴	子范畴	对初始概念的筛选与分类示例
提升舆论领导者能力	提升利益矛盾化解能力；提升主动设置议题能力；提升意见交流互动能力；提升驾驭新兴媒体能力。	A1-1 相应国家号召 A1-2 发行量高..... A1-3 新兴媒体... A1-6 上传下达的纽带作用..... A1-40 舆论领导者转变观念 A2-5 要有敏锐的舆情信息鉴别力和反应力.....

表 2 选择性编码结果（继续）

核心范畴	子范畴	对初始概念的筛选与分类示例
提升舆论从业者能力	提升信息双向传递能力；提升议题评价引导能力；提升主流舆论能力。	A1-7 媒体融合 A2-8 传统媒体定位于党的“喉舌” A1-11 舆论渗透..... A1-12 互动模式.....
提升舆论接受者能力	提升参与能力；提升表达能力；提升接受能力	A1-33 提升他们关注公共事务的能力..... A1-32 提升公众的“自主”表达能力..... A1-34 公众对引导信息的识别能力.....

选择式编码指的是在所有已发现的概念类属中选择一个核心类属概念，通过不断的分析把与之相关的次要类属概念集中起来，以系统地说明和验证主要类属概念与次要类概念之间的关系，并填充未来需要完善或发展的类属概念的过程。

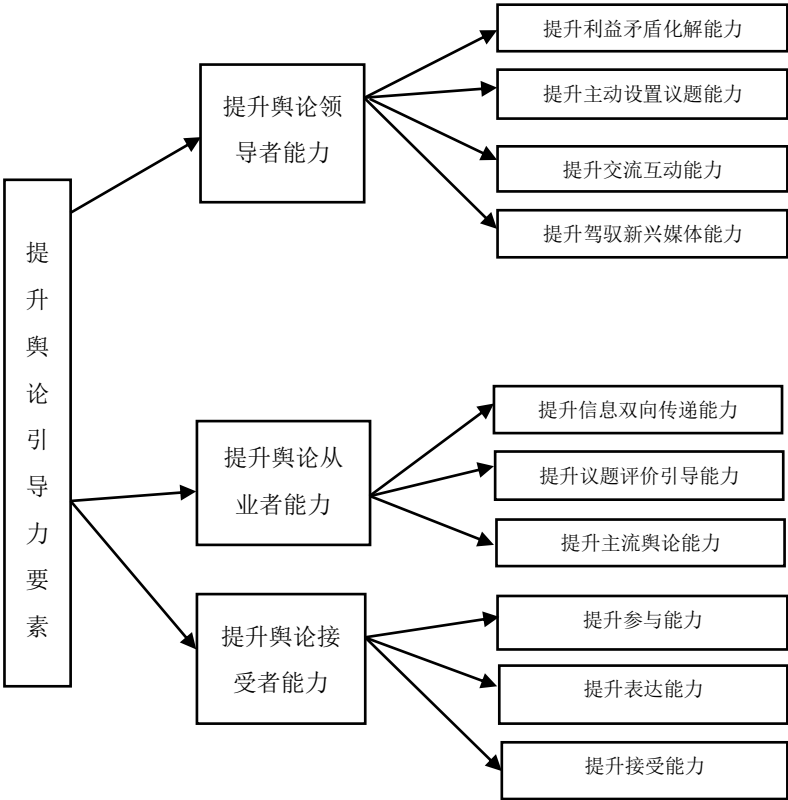


图 1 管理中提升舆论引导力的 3 个方面要素

本文通过对参考文献的回顾、总结以及试图通过深度访谈的研究形式可以找到在面对网络舆情危机管理中提升舆论引导力的 3 个方面要素，即提升舆论领导者能力、提升舆论从业者能力、提升舆论接受者能力，并推导出以下 3 个命题：

1. 提升舆论领导者利益矛盾化解能力、提升舆论领导者主动设置议题能力、提升舆论领导者交流互动能力、提升舆论领导者驾驭新兴媒体能力是影响提升舆论领导者能力的因素。

2. 命题二：提升舆论从业者信息双向传递能力、提升舆论从业者议题评价引导能力、提升舆论从业者主流舆论能力是影响提升舆论从业者能力的因素。

3. 命题三：提升舆论接受者参与能力、提升舆论接受者表达能力、提升舆论接受者的接受能力是提升舆论接受者能力的因素。

结论与建议

之所以采用扎根理论对提升舆论引导力问题的研究是出于三个方面的考虑：其一，全媒体时代下的媒体融合还在初级阶段，“网络舆情”也是一个新兴的代名词，相关信息和解释并不多。其二，提升舆论引导力是一种隐形却又影响深远的情景，目前国内传统媒体的生存已经越发困难，更不用说它能发挥的作用有多大。因此，有必要用定质的方法形成对其理论在新时代背景下的建设。其三，扎根理论是通过归纳的方法从原始资料中提炼该领域的主要信息，一步一步创建和完善相应的理论体系。

1. 建设优秀的管理团队，加强新闻报道队伍建设。
2. 重塑党报在老百姓心中的地位和形象，彰显主流媒体的独特价值。
3. 建立舆论监督系统。

本文尽管试图对舆论引导的提升有一个全面的阐述和总结，但鉴于时间和能力有限，并没有做到尽善尽美，仍存在以下不足：

首先，本文研究采用了访谈法，然而受多方面原因限制，采访人数并不多，好在都是从业人员且工作经验丰富，工作时间较长，几乎没有偏离采访主题。如果能有更多的时间采访更多的人可能会得到更多的意见和理解。

其次，《大庆油田报》是中国石油集团公司大庆油田分公司的机关报，政治性强，相较于其他党报，《大庆石油报》又是石油行业内的专业性较强的报纸，因此，针对《大庆油田报》的分析仍需要结合行业特点，专业特点以及刊发内容特点进行把控，具有比较强的借鉴意义。

最后，本文强调了面对网络舆情危机管理情境下提升舆论引导力的几个方面，但是信息平台的多元化建设也是提升舆论引导力的有效途径之一，但本文并未对信息化的建设做进一步的研究。

References

- Gao, S. K. (2012). Omnimedia: Conceptual Analysis and Theoretical Reconstruction. *Journal of Zhejiang Institute of Media & Communications*, 4, 37-42. [in Chinese]
- Hu, B. J. (2014). *Crisis Communication Management: School, Paradigm and Path*. Beijing: China Renmin University Press. [in Chinese]
- Li, S. L., & Dong, J. (2019). How to Deal with Online Public Opinion Crisis in Public Crisis Management. *Chinese Market*, 4, 106-107. [in Chinese]
- Peng, T. Y. (2015). *Public Opinion Management*. Hebei: Hubei Education Press. [in Chinese]
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London: Sage Publication.
- Zhang, Y. L., & Yang, Y. J. (2017). Research on Crisis Response Means of Government Network Public Opinion Based on 4R Crisis Management Theory. *Modern Intelligence*, 9, 75-80. [in Chinese]



Name and Surname: Te Huang

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Arts Administration Program

股权集中度、创新投入与企业绩效关系研究 ——基于中国制造业上市公司的经验证据

OWNERSHIP CONCENTRATION, INNOVATION INVESTMENT AND FIRM PERFORMANCE—THE EVIDENCE FROM CHINESE MANUFACTURING LISTED COMPANIES

陈桃红¹, 何晓明²

Taohong Chen¹, Xiaoming He²

^{1,2} 泰国正大管理学院中国研究生院

^{1,2} Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: August 26, 2019 / Revised: November 21, 2019 / Accepted: November 26, 2019

摘要

本研究主要探讨股权集中度、创新投入与企业绩效之间的关系。选取 2012 至 2017 年间中国 A 股主板市场上制造业企业面板数据为研究样本, 运用统计分析软件 stata 14.0 对相关假设进行实证检验。结果表明, 股权集中度有效地促进创新投入; 创新投入对企业绩效产生积极的影响; 创新投入在股权集中度与企业绩效之间起到中介作用。本研究构建了股权治理、创新投入以及企业绩效的整体研究框架, 提出并验证创新投入的中介效应, 拓展股权治理、公司治理以及创新理论、代理理论等领域的研究。

关键词: 股权集中度 创新投入 企业绩效

Abstract

This paper explored the relationship between ownership concentration, innovation investment, and firm performance. Panel data between 2012 and 2017 of manufacturing businesses listed on the A-share market were sampled. Stata 14.0 statistical analysis software was employed for empirical validation. The results suggested that high ownership concentration boosts innovation investment, which, in turn, positively impacts firm performance, while innovation investment plays a mediating role between ownership concentration and firm performance. By building the study framework of ownership governance, innovation investment, and firm performance, this paper proposes and

validates the mediating role of innovation investment expanding the research scope of ownership governance, corporate governance, innovation theories, and agency theories.

Keywords: Ownership Concentration, Innovation Investment, Firm Performance

引言

经济新常态下产业升级带来精益化的发展,以及社会高质量发展对社会的各个行业都提出了创新发展和创新驱动发展的要求。而对于转型期的中国企业而言,一方面由于缺乏正式制度支持所造成的“弱治理”环境 (Zhang, 2016),另一方面是代理关系下的治理模式影响了企业创新的热情,导致了现实中众多企业开展创新动力不足、创新投入不高、成果转化率低,进而影响创新的效果和产出 (Argilés, Serrano, & Caralt, 2005; Feng & Wen, 2008; Lv, 2014; Yang, Wang, & Liu, 2015)。而要打破这一困局,不仅需要完善外部治理环境,更重要是要优化内部治理机制。公司治理的核心和基础在于股权,股权结构直接决定了公司的决策和议事方式,进而影响和决定了董事会人员的构成和公司的组织结构、权力分配和制度安排等相应治理体系;而董事会作为公司的决策机制,其运行模式和决策方式会影响到公司的绩效 (Balsmeier, Fleming, & Manso, 2017)。Du, Wang, 和 Wang (2016) 研究表明,不同的股权结构和股东类型会影响企业的创新投入,进而影响企业的竞争优势;混合股权有利于促进企业创新与竞争优势的关系,不同性质的股权混合程度越高,越有利于创新投入。众多学者研究证实,股权更加分散意味着股东的监督作用减弱,股东“用脚投票”和“搭便车”现象会更严重,不利于公司创新等重大投资活动 (Shleifer & Vishny, 1997; La Porta, Lopez, & Shleifer, 1999)。因此,研究怎样建立在了解企业本身的发展状况的基础上,确定与此相匹配的股权集中度,开展稳定而持续的创新活动,谋求更好的绩效,是企业亟待解决的重要问题之一,也是本文的出发点和研究目的。基于此,本文借鉴委托代理理论、资源基础理论与创新理论,从战略视角分析股权结构、创新投入和企业绩效之间的内在逻辑关联,尤其是创新投入在其中起到的中介作用,并以此构建“股权集中度-创新投入-企业绩效”的理论模型。本研究拓展了传统“股权结构-企业绩效”的研究范式,从理论上完善现有的股权治理与企业绩效的逻辑结构,丰富与深化公司治理研究的成果。

文献综述

1. 股权集中度与企业绩效

股权集中度是股权结构范畴的重要指标,主要指全体股东尤其是大股东之间持股比例的差异以及因此所呈现的股权分布是集中还是分散状态的量化指标。事实上,除了美国等少数国家的公司存在着高度分散的股权结构以外,在包括欧洲在内的大多数国家里,公司通常由少数大股东控制,往往体现为集中的股权形式。Shleifer 和 Vishny (1997) 的研究认为,在投资

者的法律保护不完善的国家和地区,所有权集中可以作为改善公司治理的补充方法。La Porta, Lopez-De-Silanes, 和 Shleifer (1999) 基于对全球 27 个富裕经济体大公司所有权结构的数据调查表明,在对股权保护非常好的经济体中,股权并不分散,而是集中在少数股东手中,并由控股股东经营。Gomes 和 Novaes (2005) 研究后提出,随着持有股份的增加,控股股东的利益与公司的利益就越容易达成一致,同时对经理人监督和约束的动机越强,效果也更显著,经理人发生机会主义行为的概率也会越小;大股东被视为决策者,他们试图以有利于个人议程的方式影响公司决策。Jensen 和 Meckling (1976) 则认为,当内部股东持股比例增加时,公司的价值也相应提高,表明内部股东具有治理效应。Mehran (1995) 研究发现,股权结构与资产收益率、托宾 Q 值都不相关,外部董事的股权通常不足以激励他们监督公司。Claessens, Djankov, Fan, 和 Lang (2002) 研究发现,随着现金流所有权掌握在最大股东手中,公司估值会上升;此外控股大股东还具有负强化效应,大股东控制权的增加伴随着公司价值的下降。Li 和 Li (2006) 研究结果表明,股权集中度与企业绩效之间表现为非对称左高右低“U”型曲线关系:当第一大股东持股比例处于 20%-40% 区间时,即股权激励与公司价值之间的相关系数最大。Liu 和 Gao (2007) 对比了上市公司的股权集中度,发现股权集中的公司业绩要显著好于股权分散的公司,表明集中的股权形式对公司利润及盈利水平有着正向影响作用。以上观点表明,股权相对集中已经成为现代公司组织所有权分布的普遍现象,学者们对此已逐步形成共识:集中的股权形式能增强大股东参与公司治理的主动性,从而能有效缓和传统的代理冲突;而公司的股权组织形式会显著影响战略决策,进而会影响决策行为和经营效果。

2. 股权集中度与创新投入

Hill 和 Snell (1988) 的研究揭示了在密集型产业中,当控股股东拥有绝对股份时,会更倾向于增加创新投入。而在股权分散化情况下,多元化战略更受欢迎。Baysinger 和 Turk (1991) 的研究同时表明,当采用 Herfindahl 测度股权集中度时,与 R&D 支出之间没有显著的负相关关系;且个体股东之间的所有权集中度对 R&D 支出没有影响。Yafeh 和 Yosha (2003) 研究表明,在日本的化工行业,大股东通过强制减少公司在管理私人利益范围内的活动上的支出,在监督管理者方面发挥了作用;即高的集中持股与较低的活动支出有关,而这些活动的产生具有管理私人利益的空间。Dou 和 Liu (2009) 研究表明,在所有权集中的状态下,公司会存在投资不足和过度投资两种现象。当存在单一的绝对控股大股东时,由于“趋同效应”作用,企业的过度投资行为与股权集中度呈反向变动趋势,过度投资得到遏制;而在“堑壕效应”作用下,股权集中度的提高导致投资不足增加,两者呈现同方向变动趋势。Yang, Wang, 和 Liu (2015) 发现,股权治理作用机制表现为两个方面:一方面,科学合理的股权配置结构有利于激发大股东的创新动机;另一方面,通过强化董事会及高管的创新意愿,间接促进创新的产生。Qing 和 Wang (2018) 的研究也证实了大股东持股比例越集中,越有利于公司的创新

能力,同时研发支出也相应增长。纵观上述观点,尽管学者们对股权集中与创新的相互关系进行了大量的研究,但是未能得出一致的结论。但不可否认的是,股权形式对企业的创新投入以及创新产出都会产生影响,进而会对公司治理绩效产生影响。适度集中的股权结构被认为是最佳的组织形式,有利于推动企业自主创新行为。

3. 创新投入与企业绩效

众多研究表明,创新是发展的源泉和基础,是培育和增强核心竞争力、赢得竞争优势的重要手段和途径。Mansfield (1965) 通过对 12 个国家的研究表明,无论作为资本投资还是组织变革,技术创新都会显著提高总产出,其在石油公司边际贡献率要高于化学公司。且当技术变革作为一项资本投资,所带来的效果要显著高于组织变革所带来的增长。如果考虑技术溢出效应,社会回报率还会进一步提高。Hitt, Hoskisson, 和 Kim (1997) 认为,如果企业非常重视提升自身的创新能力,与缺乏创新能力的企业对比,企业财务表现更好。Liang 和 Yan (2006) 研究证实,上市公司的研发支出与技术资产之间显著正相关,与主营业务利润及主营业务利润增长均显著正相关,并存在一定的递延效应;表明研发支出对企业盈利能力和成长性均为正向影响作用。Guo (2006) 对我国软件开发等企业的统计分析表明,研发投入强度对企业利润率有显著的负向影响,且对产出也存在一定的负向效应;表明在该类知识密集型行业中,研发人员投入密度和研发资金投入强度并未能带来财务效果的改善,反而导致财务支出增加。Chen 和 Lu (2011) 以 2003-2007 年公布研发活动的上市公司为研究样本,通过将企业按性质分类后发现,研发投入与国有上市公司的 Tobin's Q 值并不存在显著性关系。Pan 和 Lu (2017) 通过对创业板上市公司研究发现,创新投入与企业绩效之间为显著的倒“U”型曲线关系,表明随着创新投入增加会出现拐点现象,创新投入应保持在一定合理范围内以利于促进企业绩效提升。从以上观点不难看出,理论界关于创新投入与企业绩效的关系仍然存在一定的争议,但学者们普遍认为创新有助于推动企业综合实力和竞争力的提升,在提升企业技术能力和培育竞争优势方面尤为重要。在实践中,通过创新投入改善竞争地位并获取长期绩效已经成为企业常用的方法。

4. 文献述评

由上分析可见,学者们在股权集中度、创新投入与企业绩效相关理论和实证研究取得了一定的成果,但在部分研究中更多关注的是实证结果,未能清晰阐述相互关系的机理。且在股权结构分析中很少考虑中间变量或者传导效应的关系,直接用静态原因解释动态结果而出现推理不充分、逻辑不顺畅的后果。此外,学术界关于股权集中度与公司治理和企业绩效之间的关系研究较少,更多是分别研究两两之间的关系,很少将三者统一纳入统一研究范畴,更鲜有对于三者之间的关系机理的探讨。因此,有必要将股权集中度、创新投入和企业绩效纳入到

统一的研究范式中, 构建合理的研究框架并进行演绎推导, 以增强理论分析的逻辑性, 使理论更具解释力。

研究假设

1. 股权集中度与企业绩效的关系

依据委托代理理论的观点, 股东与经理人之间的代理关系导致经营权向经理人转移。股东作为所有者不直接参与公司日常事务管理, 经理人受委托行使经营权, 负责公司的经营管理, 从而造成了现代公司治理中所有权和经营权分离的特有现象。当公司股权广泛分散时, 大量的中小股东所持有股份很少, 绝对占比很低, 无法有效参与到公司的经营管理及战略决策中。更重要的是, 中小股东之间较大的差异难以形成联合投票权, 导致中小股东难以对大股东不当侵害的行为进行抗衡和抵制。由于大股东的侵占行为占主要地位, 在大股东的隧道挖掘效应和侵占行为等一系列损害公司整体利益的影响下, 会削弱公司的盈利水平, 影响未来的可持续发展, 甚至会造成账面亏损; 同时由于大量中小股东的搭便车行为, 会使得大股东的侵占行为愈发严重。在被侵占行为愈加严重时, 广大中小股东会纷纷选择用脚投票, 在证券市场上抛售股票, 这将会进一步加剧股价下跌, 造成公司融资困难, 公司价值下降。而随着股权集中度的提高, 特别是第一股东持股比例的上升, 大股东通过侵占行为得到的边际收益变小, 大股东利益与公司利益的协同一致的程度越大, 在此情境下, 大股东的最优决策是保持与其它中小股东一致, 致力于改善公司经营管理, 提高公司的业绩水平。故本研究认为, 随着股权集中度的提高, 公司治理效率也相应提高, 企业绩效也会更高, 且在国有及非国有上市公司中成立。据此, 本文提出如下假设:

H1a: 国有上市公司股权集中度与企业绩效呈正相关关系。

H1b: 非国有上市公司股权集中度与企业绩效呈正相关关系。

2. 股权集中度与创新投入的关系

创新活动具有前期投入巨大、回报缓慢等高风险性, 同时还存在产出成果外溢、竞争者后发优势等高度不确定性。这些风险既有技术本身内在的因素, 也有来自市场、社会或相关政策等外在客观因素。而所有权因素会直接影响公司决策, 从而使公司产生不同的资源配置与能力协调行为, 进而影响到公司创新决策和投入大小。大股东所持有股份较高时, 基于责任意识和确保自身利益, 大股东会密切关注乃至亲自参与企业的经营活动, 能有效遏制董事会和经理层的自利行为, 在一定程度上缓解了股东与管理层之间的代理问题。Hill 和 Snell (1988) 研究认为, 股票集中度对公司战略有很大的影响; 并证实了股权集中度与 R&D 支出呈显著正相关, 表明大股东倾向于强调创新, 大股东持股比例越高, R&D 支出相应越多。Lee 和 O'Neill (2003) 证据表明, 股票集中与美国的研发投资水平有关。Argilés, Serrano, 和 Caralt (2005) 结果表明, 股权集中是一种有利于进行创新投资的机制, 因为大股东对管理者的工作有

更高的监督水平，并且减少了未来控制企业中出现的机会主义问题；同时，对管理者的更大控制会导致企业盈利能力的提高，因为这将导致企业行为更接近利润最大化。综合而言，股权集中状态下大股东的利益与公司的整体利益达到高度一致，其最优决策是持续开展创新活动，不断增加创新投入，确保公司的长期稳定的发展。更进一步地，创新投入的效果对大股东的影响更大，因此大股东会有更强的动机去监督管理者，提高创新产出的绩效。据此，本文提出以下假设：

H2a：国有上市公司股权集中度与创新投入呈正相关关系。

H2b：非国有上市公司股权集中度与创新投入呈正相关关系。

3. 创新投入与企业绩效的关系

Xie, Wang, 和 Liu (2014) 在以中国上市公司中的重污染企业进行研究，发现当期、上一期、上两期的环保投入都会对当期的创新投入起到正向促进作用。此外，通过对当期、上一期创新投入与当期绩效分别回归后发现两种情况下均存在正相关关系，而上一期的创新投入与当期企业经营绩效之间相关系数的显著性水平最高，但上两期的创新投入与当期企业经营绩效之间不存在显著的正相关关系。Hu (2015) 选取 A 股市场上市公司进行研究，发现下一期的主营业利润率与当期企业研发投入强度存在显著正向影响关系，管理层权力在两者关系中起到负向调节作用。Liu, Zheng, 和 Wang (2015) 选择时间节点为 2001-2007 年，以规模以上（即年主营业务收入在 2000 万元以上）中国工业企业为研究对象，结果也证明了创新投入对产出结果的正向影响效应，且创新产出要晚于创新投入，通常要推后一段时间；通过区分不同所有制后发现，国有上市公司的创新投入和创新产出都显著高于民营上市公司，但综合考虑到人均产出及人均利润率等指标衡量创新效率时，发现前者显著低于后者，表明民营企业的创新产出的市场化转化程度更高。Liu 和 Zhang (2018) 通过选择 2006-2016 年期间在社会上有较高声誉、不同行业的中国上市公司作为研究对象，发现研发投入对企业市场价值和经营绩效均存在显著正相关关系。基于以上分析，本研究认为创新投入对企业的市场价值产生积极的影响，会对企业绩效起到促进作用，故提出以下假设：

H3a：国有上市公司创新投入与企业绩效呈正相关关系。

H3b：非国有上市公司创新投入与企业绩效呈正相关关系。

4. 创新投入的中介作用

控股股东拥有高比例的公司股份有利于增强其主动性和责任意识，大股东决策时会更加关注风险及广泛评估，更加关注公司的长远价值和未来收益，在关系到公司的创新、投资等重大决策中会更加慎重，且能通过发挥其主人翁及企业家精神，避免战略决策无效性和盲目性，从而有利于促进企业成长和发展。按照产业组织理论，市场结构会影响市场主体或各类微观个体的行为，进而影响组织绩效。创新投入作为公司的重大决策，不仅影响着经营行为，更

对企业绩效产生了直接影响。按照这一逻辑,股权结构不仅直接影响企业绩效,还可能会通过创新投入作为中介变量,进而对企业绩效产生影响。因此,在分析企业绩效影响因素中不能只考虑股权结构或创新行为的单独作用,更应该将两者结合起来,考虑创新投入在股权集中度、企业绩效之间可能起到桥梁作用。

当大股东拥有相对多数的公司股权,能有助于激发其创造性和主人翁精神,并能通过整合大股东所拥有资源,进行创新和研发活动使得竞争优势得以发挥。创新过程通常伴随创新投入的发生,较高的创新投入又有利于提高产品的创新程度,提升企业绩效。所以股权集中度的提升能够促使公司增加创新投入,进而对产品创新及公司价值提升产生积极作用。另一方面,从创新的过程看,企业绩效以及创新产出并不是直接来自于股权结构,而是要经过创新活动使股权治理的优势得到发挥,从而实现绩效的提升。因此股权集中度对企业绩效的影响离不开创新投入这个中间过程,而创新活动通常伴随公司的创新投入,股权集中度会影响创新投入的水平,并经由创新投入这个中间环节传导到企业绩效。这意味着,创新投入在股权集中度和企业绩效的关系之间具有中介效应,据此,本文提出如下假设:

H4a: 创新投入在国有上市公司股权集中度与企业绩效间发挥中介作用。

H4b: 创新投入在非国有上市公司股权集中度与企业绩效间发挥中介作用。

研究方法

笔者所选择的样本具体为 2012-2017 年度连续披露了研发支出的 A 股主板上市制造业的公司。为了更全面刻画股权结构及创新投入的影响效果,本研究将相关公司治理变量纳入研究模型并进行控制,所涉及的股权结构、董事会治理、创新投入、公司特征及财务绩效等数据主要从自国泰安公司的相关数据库中获取。由于所下载的上市公司部分数据尤其是“研发投入情况表”中披露研发支出相关数据存在一定程度的缺失,笔者通过查询中国证监会所指定的上市公司信息披露网站——巨潮资讯网,从对应的报表中手工获取予以补充,所使用的工具为统计分析软件 Stata 14.0。

本研究所建立的模型中,自变量为股权集中度,以第一大股东持股比例 TOP1 表示。因变量为企业绩效,选择资产报酬作为测量变量,记为 ROA;中介变量为创新投入,以研发支出总额的自然对数表示,记为 RD。此外,参照相关已有研究成果,本研究控制了公司特征变量的影响,包括公司规模 SIZE、资产负债率 LEV、营业收入增长率 GROW、公司年龄 AGE;以及董事会治理结构的影响,如管理层持股比例 HOLD、高管薪酬 SALARY、董事长与总经理职权是否两职合一 DUAL、董事会规模 BOARD、董事会年度会议频率 MEET、监事会规模 SUPER。考虑到企业绩效作为产出需要经历一定的时间,同时也为了避免内生性问题;本研究参考 Hu (2015) 的做法,将自变量及控制变量固定在当期,而将因变量选择为下一期。本文所建立面板计量模型 1-4 分别如下所示:

$$ROA_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 TOP1_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 GROW_{i,t} + \beta_5 AGE_{i,t} + \beta_6 HOLD_{i,t} + \beta_7 SALARY_{i,t} + \beta_8 BOARD_{i,t} + \beta_9 DUAL_{i,t} + \beta_{10} MEET_{i,t} + \beta_{11} SUPER_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

$$RD_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TOP1_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 GROW_{i,t} + \beta_5 AGE_{i,t} + \beta_6 HOLD_{i,t} + \beta_7 SALARY_{i,t} + \beta_8 BOARD_{i,t} + \beta_9 DUAL_{i,t} + \beta_{10} MEET_{i,t} + \beta_{11} SUPER_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

$$ROA_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 RD_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 GROW_{i,t} + \beta_5 AGE_{i,t} + \beta_6 HOLD_{i,t} + \beta_7 SALARY_{i,t} + \beta_8 BOARD_{i,t} + \beta_9 DUAL_{i,t} + \beta_{10} MEET_{i,t} + \beta_{11} SUPER_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

$$ROA_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 TOP1_{i,t} + \beta_2 RD_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 GROW_{i,t} + \beta_6 AGE_{i,t} + \beta_7 HOLD_{i,t} + \beta_8 SALARY_{i,t} + \beta_9 BOARD_{i,t} + \beta_{10} DUAL_{i,t} + \beta_{11} MEET_{i,t} + \beta_{12} SUPER_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

研究结果

1. 描述性统计

由表 1 可以看出, 从 2012-2017 年间, 本研究所选择的 A 股制造业上市公司的平均资产收益率为 4.3%, 中位数为 3.3%, 表明整体盈利水平不容乐观; 资产收益率的最小值为 -17.3%, 资产收益率最高为 30.6%, 出现明显的两极分化现象。创新投入的整体平均数为 16.92, 中位数为 18.07, 标准差达到 4.649, 不同公司创新投入存在较大差异。第一大股东持股所占比重的均值水平为 34.6%, 中位数为 32.7%, 最大值为 75.3%, 表明股权高度集中于第一大股东即控股股东手中, 形成中国上市公司股权治理中典型的一股独大的现象。资产负债率的均值和中位数都为 48.4%, 最小值仅为 9.1%, 最大值为 98.3%, 表明将近一半的上市公司资产负债率在 50% 以上, 说明借贷资金所占比重较高。资产规模的自然对数最小值为 19.67, 最大值为 25.88, 均值和中位数分别为 22.5, 22.38, 标准差为 1.263; 表明制造业上市公司资产规模普遍较高, 属于典型的重资产资金密集型行业。主营业务增长率的平均值为 14.3%, 但半数以上的公司年均业务增长率不到 7%, 行业竞争较为激烈, 市场增长缓慢。高管持股比例最小值为 0, 最大值为 26.8%, 均值为 0.9%, 标准差为 3.9%; 表明大部分高管并不持有公司股权, 即使在高管持股的公司中, 其所持有股份比重较低。董事会人数的最小值为 5, 最大值为 15, 均值和中位数均为 9; 表明大部分上市公司中董事会人数为少于 10 人的规模水平。董事长和总经理两职合一现象所占的比重为 16.6%, 意味着 80% 以上的上市公司采取的是两职分离的治理结构。

表 1 主要变量描述性统计表

变量	均值	中位数	标准差	最小值	最大值	样本数
ROA	0.043	0.033	0.069	-0.173	0.306	3749
RD	16.921	18.067	4.649	0.000	21.900	3797
TOP1	0.346	0.327	0.145	0.0812	0.753	3816
LEV	0.484	0.484	0.198	0.091	0.969	3816
SIZE	22.500	22.380	1.263	19.670	25.880	3816
GROW	0.143	0.067	0.476	-0.541	3.324	3179
AGE	2.929	2.944	0.237	2.079	3.466	3816
HOLD	0.009	0.000	0.039	0.000	0.268	3810
SALARY	14.270	14.240	0.706	12.580	16.250	3810
DUAL	0.166	0.000	0.372	0.000	1.000	3810
MEET	2.181	2.197	0.388	0.693	3.829	3808
BOARD	2.175	2.197	0.188	1.609	2.708	3816
SUPER	1.323	1.099	0.279	1.099	1.946	3816

数据来源：作者根据统计结果绘制。

2. 回归分析

在运用多元回归分析对面板数据进行假设检验前，为了避免各变量之间多重共线性问题，本研究采用方差膨胀因子 (VIF) 诊断法进行检验；检验显示 VIF 值介于 1.02-1.93 之间，远小于临界值 10，表明各变量之间独立性较好。此外，通过 Hausman（豪斯曼）检验，表明本研究的模型均应选择固定效应模型。为对本研究探讨股权集中度与企业绩效之间关系的作用和机理，进一步分析股权集中度对创新投入的影响关系，创新投入与企业绩效相互关系，创新投入作为中介变量在股权集中度与企业绩效之间是否存在显著的中介作用。

参照 Wen, Chang, Hau, 和 Liu (2004) 中介效应检验的方法，本研究中对创新投入中介效应的检验程序如下：第一，运用模型 1 对股权集中度与企业绩效进行回归分析，其回归系数达到显著水平；第二，运用模型 2 对股权集中度与创新投入进行回归分析，其回归系数达到显著水平；第三，运用模型 3 对创新投入与企业绩效进行回归分析，其回归系数达到显著水平；第四，运用模型 4 将企业绩效对股权集中度和创新投入进行回归，如果作为中介变量的创新投入的回归系数达到了显著水平，而且股权集中度的回归系数显著，表明创新投入起到了部分中介作用。如果股权集中度的系数不显著时，则表明创新投入具有完全中介作用。

表 2 股权集中度、创新投入与企业绩效的回归结果

变量	模型 1		模型 2		模型 3		模型 4	
	国有	非国有	国有	非国有	国有	非国有	国有	非国有
LEV	-5.478*** (-5.804)	-4.254*** (-3.695)	0.889* (1.811)	-1.807** (-2.504)	-5.523*** (-5.835)	-3.819*** (-3.318)	-5.368*** (-5.681)	-3.642*** (-3.183)
SIZE	0.249 (1.448)	1.031*** (4.499)	0.869*** (9.721)	2.040*** (14.444)	0.500*** (2.904)	0.911*** (3.812)	0.361** (2.039)	0.700*** (2.868)
GROW	0.259 (0.647)	0.287 (0.722)	-0.274 (-1.349)	0.410* (-1.728)	0.270 (0.673)	0.368 (0.932)	0.242 (0.605)	0.267 (0.680)
AGE	2.576*** (3.112)	0.732 (0.836)	-0.130 (-0.302)	0.784 (-1.427)	1.912** (2.391)	0.874 (0.999)	2.607*** (3.152)	1.161 (1.332)
HOLD	0.091 (0.220)	-0.010 (-0.277)	0.469** (2.234)	0.062*** (2.720)	0.005 (0.012)	-0.038 (-1.039)	0.188 (0.454)	-0.019 (-0.524)
SALARY	2.529*** (8.504)	2.072*** (6.620)	1.027*** (6.604)	0.503** (2.583)	2.645*** (8.735)	1.982*** (6.341)	2.657*** (8.801)	1.938*** (6.237)
BOARD	-0.477 (-0.466)	-2.055 (-1.420)	2.452*** (4.587)	0.623 (-0.701)	-0.611 (-0.596)	-2.299 (-1.602)	-0.371 (-0.362)	-1.740 (-1.214)
DUAL	0.857 (1.568)	-0.636 (-1.315)	-0.119 (-0.404)	0.132 (0.439)	0.855 (1.553)	-0.786 (-1.629)	0.946* (1.721)	-0.684 (-1.424)
MEET	-2.138*** (-4.753)	2.124*** (4.007)	0.255 (1.094)	0.866*** (2.681)	-2.290*** (-5.079)	-2.267*** (-4.284)	-2.172*** (-4.820)	-2.083*** (-3.946)
SUPER	-0.149 (-0.250)	-0.624 (-0.677)	-1.206*** (-3.873)	0.567 (0.992)	-0.355 (-0.591)	-1.037 (-1.129)	-0.315 (-0.526)	-0.931 (-1.018)
TOP1	4.050*** (3.155)	5.562*** (3.621)	0.176 (0.181)	1.622** (2.446)			4.039*** (3.126)	5.354*** (3.411)
RD					-0.092** (-2.037)	0.188*** (4.219)	-0.101** (-2.234)	0.198*** (4.248)
常数	-36.763*** (-7.309)	-36.666*** (-5.602)	-22.694*** (-8.805)	-28.764*** (-7.109)	-37.960*** (-7.402)	-33.869*** (-5.074)	-39.461*** (-7.686)	-33.188*** (-5.003)
观测值	1,469	1,019	1,866	1,277	1,465	1,012	1,465	1,012
R ²	0.136	0.156	0.192	0.245	0.134	0.162	0.140	0.175
F	2.61***	3.03***	6.79***	9.30***	2.60***	2.99***	3.00***	3.27***

数据来源：作者根据回归结果绘制。

注：括号内数值为 t 值；***、**和*分别表示 1%、5% 和 10% 的显著性水平。

表 2 结果表明,在对模型 1 的检验中,股权集中度对国有上市公司及非国有上市公司的回归系数分别为 4.050、5.562, t 检验结果则分别为 3.155、3.621;且均通过了 1% 的显著性水平检验,表明股权集中度对不同性质的企业绩效存在显著的正向影响作用,故假设 H1a、H1b 均通过了检验。在对模型 2 的检验中,股权集中度与国有性质上市公司的创新投入之间存在微弱的正向关系 ($\beta = 0.176$, $t = 0.181$),未能通过显著性检验;在非国有上市公司样本中,股权集中度与创新投入之间的回归系数为 1.622、 $t = 2.446$,且在 5% 水平下通过了显著性水平检验,表明非国有上市公司的股权集中度对创新投入具有显著的正向影响关系。因此,假设 H2b 通过检验,而假设 H2a 未能通过检验。在模型 3 的检验中,创新投入与国有样本企业绩效的回归系数为 -0.092、 t 值为 -2.037,通过了 5% 的显著性检验,说明创新投入与国有制造业上市公司企业绩效之间存在显著的负向影响的关系。而在非国有上市公司中,创新投入与企业绩效之间的回归系数为 0.188、 $t = 4.219$,且通过了 1% 以下的显著性水平检验,表明创新投入与非国有样本企业绩效存在着显著正向影响关系;这意味着统计结果支持假设 H3b,但对假设 H3a 不予支持。在模型 4 的检验中,在国有样本中,股权集中度对企业绩效关系的回归系数为 4.039,创新投入对企业绩效的回归系数为 -0.101;而在非国有样本中,股权集中度对企业绩效关系的回归系数为 5.354,创新投入对企业绩效的回归系数为 0.198,且通过了 1% 以下的显著性水平检验。综合以上结果,可知对于非国有上市公司而言,创新投入在股权集中度与企业绩效之间的关系中起到部分中介作用,即 H4b 得到验证,而 H4a 则未能通过检验。

讨论

关于股权集中度与企业绩效关系的讨论。根据委托代理理论,在股权广泛分散、外部监管缺失所造成的双方信息不对称的条件下,经理人会利用内部人优势控制资源并采取剥夺行为或谋取个人私利,导致企业绩效下降;在股权集中条件下,大股东尤其是绝对控股大股东会有足够的动力,同时也具备相应的能力对承担代理人的经理进行严密监督,并施以有效激励,限制和降低内部人损害公司整体利益的机会主义行为。本研究不仅印证了 Liu 和 Gao (2007) 及 La Porta et al. (1999) 的研究结果:即随着股权集中度的提高,公司治理效率也相应提高,相应的企业绩效也会更高;同时还指出,无论是在国有及非国有上市公司中,这一研究结论均成立。

关于股权集中度与创新投入关系的讨论。依据资源基础理论,股权集中状态下,大股东的利益与公司的整体利益达到高度一致,大小股东之间主要表现为“协同效应”,此时最优决策是持续开展创新活动,不断增加创新投入,确保公司的长期稳定发展。本研究证实了在非国有上市公司中,股权集中度与创新投入之间存在显著正相关关系,不断增加的集中度平衡了所有者与自私的管理者之间的力量,从而导致研发投入的增加,进而验证了 Hill 和 Snell (1988)、Lee 和 O'Neill (2003) 及 Argilés, Serrano, 和 Caralt (2005) 的观点。本文研究同时表明,在国有上市公司中,股权集中度与创新投入之间的回归系数为 0.176,未能通过显著性检验。

意味着国有股权占比提高并不导致创新投入水平增加,原因可能在于国有上市公司有着相对特殊的背景并处于不充分竞争的市场环境中,特别是随着国有股权占比增加,其获取优势的渠道更为多元化,因而对于通过创新投入改变竞争现状,赢得竞争优势的行为并不显著。

关于以创新投入为中介效应的股权集中度与企业绩效关系的讨论。结合资源基础理论和创新理论,股权集中状态下的大股东能有效发挥资源优势,积极和广泛开展创新活动;随着创新投入程度的增加,企业绩效会相应提高。本研究证实了在非国有上市公司中,创新投入在股权集中度与企业绩效之间起到了部分中介效应。这表明股权结构作为核心的公司治理机制,不仅会对企业绩效产生重大影响,还会通过影响创新投入等重大决策,进一步影响企业绩效水平。原因可能在非国有上市公司中,基于产权清晰,责权明确的治理体系下,股权集中所带来的对资源配置的优势,以及市场化环境开展创新活动以及由此带来的效果更为显著,会对创新投入起到积极促进作用。同时创新投入作为公司的重大决策,不仅直接影响产出结果,还在股权治理与企业绩效中扮演着桥梁中介作用,其重要性尤其值得关注。

结论

1. 研究结论

股权集中度对企业绩效具有显著的正向促进作用。在本研究中,无论是在国有及非国有上市公司中,股权集中度与企业绩效之间均表现为显著的正相关关系,表明股权集中对企业绩效起到正向促进作用。通过区分不同股权性质进行对比后发现,股权集中度对非国有上市公司的正向促进效应更大(回归系数更大),表明股权的影响对其促进效果更显著。同时也进一步证实了一定程度的股权集中形式在中国制造业上市公司具有积极意义。

在非国有上市公司中,股权集中度对创新投入具有显著正向影响,且创新投入与企业绩效之间为显著的正相关关系。本研究表明,股权集中度对国有上市公司创新投入不具有显著的正向影响作用;但对非国有上市公司有显著的正向促进效应。同时针对创新投入与企业绩效关系的实证结果显示,在国有上市公司中,创新投入与企业绩效之间表现为显著的负向影响的关系;而在非国有上市公司中,创新投入与企业绩效之间则存在着显著正向影响关系;表明创新投入能显著提升企业绩效这一假设在非国有上市公司样本中得到了验证。

对于非国有上市公司而言,创新投入在股权集中度与企业绩效之间起到部分中介作用。本研究证实股权集中度会影响当期的创新投入,进而会对下一期的产出即企业绩效产生显著的正向影响作用。这也表明集中的股权结构形式有利于发挥大股东的作为主要负责人的主动性,有利于在公司决策中体现大股东的意志,贯彻董事会决议并在实际中大力进行创新投入,进而影响到下一期企业绩效。

公司的异质性、董事会治理因素会显著影响创新投入及企业绩效。实证研究结果表明:无论在国有及非国有上市公司中,资产负债率、董事会年度会议次数等特征变量与创新投

入及公司绩效之间均表现为显著负相关关系；而公司规模、高管薪酬对创新投入及企业绩效都有显著的正向影响关系；管理层持股占比则与创新投入之间为显著正向影响关系。此外，公司成长性、董事会规模、两职合一、监事会规模等特征变量与创新投入及企业绩效之间均不存在显著的相关关系。

2. 理论贡献

将股权集中度、创新投入及企业绩效统一纳入研究框架，拓展了股权研究的视野。在对已有的文献梳理可以看出，众多的学者大多关注的是两两之间的关系；笔者通过理论分析和推导，这三个变量之间有着密不可分、系统的联系。本研究借鉴“结构-行为-绩效”的S-C-P研究范式，将创新投入引入股权集中度对企业绩效的影响关系中，形成股权集中度-创新投入-企业绩效的完整链条，较以往简单地对“股权结构—企业绩效”的研究，在理论和视野上有所拓展和深化。

提出并验证了创新投入作为中介变量在股权集中度与企业绩效之间的中介效应。本文在对文献回顾过程中认真梳理创新投入、股权集中度与企业绩效两两之间的关系，提出了中介效应的新观点，并通过理论支撑和上市公司数据的实证分析，验证了创新投入在股权集中度与企业绩效之间中介效应的假设，丰富了现有的研究理论。

3. 不足与展望

本文选择的样本仅限于A股主板上市的制造业企业，对于非上市公司的制造业企业、高技术企业、中小板上市公司缺乏深入的阐述。尽管上市公司是中国企业的佼佼者，一般规模较大且管理规范，在公司治理及股权配置方面有着较大的优势，是创新的重要代表。但不容忽视的是，越来越多的中小企业和高技术企业关注利用后发优势参与创新、主动创新，并日益成为创新的生力军和不容忽视的力量。本文由于数据的获得性问题，未能将一些非上市公司的创新活动纳入研究，可能会使得研究结论不够全面；未来可考虑扩大对样本范围的研究，可能会得到更丰富的结论。

本文对上市公司股权集中度、创新投入、企业绩效之间关系进行了比较深入的探讨，并得到了一些初步的结论，取得了一些阶段性的成果。但是，由于股权结构涉及到公司核心利益和控制权的配置，不仅是公司治理的基础，也是研究现代公司制度首要问题，更是一个复杂的系统工程。虽然已有研究做了相当多的探索，但仍有很多未解之谜尚待解开。此外，除了股权性质和股权集中度以外，股权结构还包括其它方面的内容，如股权制衡、两权分离度、机构持股等，这些内容都会深刻影响董事会决策、高管行为和创新绩效，未来可进一步拓展并深入研究。

References

- Argilés, R. O., Serrano, R. M., & Caralt, J. S. (2005). Ownership Structure and Innovation: Is There a Real Link. *The Annals of Regional Science*, 39(1), 637-662.
- Baysinger, B. D., & Turk, T. (1991). An Effect of Board and Ownership Structure on Corporate R&D Strategy. *Academy of Management Journal*, 34(1), 205-214.
- Balsmeier, B., Fleming, L., & Manso, G. (2017). Independent Boards and Innovation. *Journal of Financial Economics*, 123(3), 536-557.
- Chen, H. S., & Lu, D. (2011). Research on Correlation between R&D Investment and Enterprise Value. *Soft Science*, 25(2), 20-23. [in Chinese]
- Claessens, S., Djankov, S., Fan, J. P. H., & Lang, L. (2002). Disentangling the Incentive and Entrenchment Effects of Large Shareholdings. *The Journal of Finance*, 57(6), 2741-2771.
- Dou, W., & Liu, X. (2009). Study on Allocation of Control Rights and Inefficient Investment Based on Ownership Concentration in Firms - Monitoring or Colluding Among Multiple Large Shareholders?. *China Soft Science*, 21(9), 107-117. [in Chinese]
- Du, R., Wang Z. Q., & Wang, J. (2016). Mixed-Ownership, Technology Innovation and Firm's Competitive Advantage - the Empirical Evidence Base on High and New Technology Listed Companies. *Journal of Shanxi University of Finance and Economics*, 38(8), 55-64. [in Chinese]
- Feng, G. F., & Wen, J. (2008). An Empirical Analysis of the Relationship between Corporate Governance and Technological Innovation in China's Listed Companies. *China Industrial Economics*, 38(7), 91-101. [in Chinese]
- Gomes, A., & Novaes, W. (2005). *Sharing of Control versus Monitoring as Corporate Governance Mechanisms*. PIER Working Paper No. 01-029, University of Pennsylvania.
- Guo, B. (2006). Firm Size, R&D, and Performance: An Empirical Analysis on Software Industry in China. *Science Research Management*, 27(1), 121-126. [in Chinese]
- Hill, C. W. L., & Snell, S. (1988). A External Control, Corporate Strategy, and Firm Performance in Research-Intensive Industries. *Strategic Management Journal*, 9(1), 577-590.
- Hitt, M. A., Hoskisson, R. E., & Kim, H. (1997). International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product-Diversified Firms. *Academy of Management Journal*, 40(4), 767-798.
- Hu, M. X. (2015). Managerial Power, Technological Innovation Input and Firm Performance. *Science of Science and Management of S. & T.*, 36(8), 140-149. [in Chinese]
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- La Porta, R., Lopez-De-Silanes, F., & Shleifer, A. (1999). Corporate Ownership around the World. *The Journal of Finance*, 54(2), 471-517.

- Lee, P. M., & O'Neill, H. M. (2003). Ownership Structures and R&D Investments of U.S. and Japanese Firms: Agency and Stewardship Perspectives. *Academy of Management Journal*, 46(2), 21-225.
- Li, W., & Li, H. J. (2006). Ownership Structure, Executive Ownership and Performance: Evidence from Private Listed Firms in China. *Nankai Business Review*, 9(5), 4-10. [in Chinese]
- Liang, L. X., & Yan, S. D. (2006). Empirical Research on the R&D Expenditure and Its Economic Effect of Listed Companies. *Science of Science and Management of S. & T.*, 27(7), 34-38. [in Chinese]
- Liu, H. W., Zheng, S. L., & Wang, Y. F. (2015). Ownership Types, Technological Innovation, and Enterprise Performance. *China Soft Science*, 32(3), 28-40. [in Chinese]
- Liu, R. Z., & Zhang, L. X. (2018). Corporate Reputation, R&D Investment and Corporate Performance. *Research on Financial and Economic Issues*, 29(8), 105-111. [in Chinese]
- Liu, Y. G., & Gao, Y. A. (2007). Research on the Relationship between Equity Balance and Corporate Performance of Listed Companies in China. *Journal of Sun Yatsen University (Social Science Edition)*, 47(4), 102-108. [in Chinese]
- Lv, X. J. (2014). Effect of Agency Conflicts on the Innovation of Listed Companies in China. *Science Research Management*, 35(11), 60-67. [in Chinese]
- Mansfield, E. (1965). Rates of Return from Industrial Research and Development. *The American Economic Review*, 55(1/2), 310-322.
- Mehran, H. (1995). Executive Compensation Structure, Ownership, and Firm Performance. *Journal of Financial Economics*, 38(2), 163-184.
- Pan, Q. Q., & Lu, X. W. (2017). Executive Overconfidence of Venture, Innovation Investment Influence on Business Performance. *Science & Technology Progress and Policy*, 34(1), 98-103. [in Chinese]
- Qing, X. J., & Wang, B. J. (2018). Ownership Structure, Corporate Governance and Enterprise Technology Innovation Ability. *Research on Financial and Economic Issues*, 46(7), 86-93. [in Chinese]
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). A Survey of Corporate Governance. *The Journal of Finance*, 52(2), 737-783.
- Wen, Z. L., Chang, L., Hau, K. T., & Liu, H. Y. (2004). Testing and Application of the Mediating Effects. *Acta Psychologica Sinica*, 36(5), 614-620.
- Xie, M. H., Wang, J., & Liu, D. M. (2014). Environment Regulation, Technological Innovation and Corporate Performance. *Nankai Business Review*, 17(6), 106-113. [in Chinese]
- Yafeh, Y., & Yosha, O. (2003). Large Shareholders and Banks: Who Monitors and How?. *The Economic Journal*, 113(484), 128-146.

- Yang, J. J, Wang, T., & Liu, L. B. (2015). Ownership Concentration and Corporation Indigenous Innovation Behavior: From the Perspective of Behavior Motivation. *Journal of Management Science*, 28(2), 1-11. [in Chinese]
- Zhang, C. (2016). Ownership Structure, Social Network and Private Enterprise Innovation. *Jinan Journal (Philosophy and Social Sciences)*, 38(1), 77-89. [in Chinese]



Name and Surname: Taohong Chen

Highest Education: Doctoral Candidate

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Strategic Management and Corporate Governance



Name and Surname: Xiaoming He

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Strategic Management and Corporate Governance

企业文化对员工绩效的影响研究——以忠诚度为中介变量

THE INFLUENCE OF ENTERPRISE CULTURE ON EMPLOYEE PERFORMANCE——TAKING LOYALTY AS THE MEDIATING VARIABLE

吴平珍¹, 农任媛², 陈昇³

Pingzhen Wu¹, Renyuan Nong², Ao Chen³

^{1,2,3} 泰国正大管理学院中国研究生院

^{1,2,3} Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: August 26, 2019 / Revised: March 23, 2020 / Accepted: March 26, 2020

摘要

随着世界经济的发展, 企业在市场竞争中, 如何适应复杂多变的市场形势, 形成自身核心竞争力, 关键是企业文化建设方面。本文运用文献研究法、问卷调查法、实证分析等方法, 研究企业文化、员工绩效、员工忠诚度三者之间相互影响的关系; 并采用描述性、信效度、相关性、回归等分析和验证。结果显示企业文化不仅对员工绩效产生正向的影响作用, 而且从参与性、一致性、适应性和使命感四个维度对员工绩效产生作用。

关键词: 企业文化 员工绩效 员工忠诚度

Abstract

With the development of the world economy, the ability to adapt to the complex and changeable market situation and form core competitiveness in the market competition is the key to the construction of enterprise culture. This paper uses literature research, questionnaire survey, empirical analysis, and other methods to study the relationship among corporate culture, employee performance, and employee loyalty. It conducted analysis and verification by description, reliability and validity, correlation, regression, etc. The results showed that corporate culture not only has a positive impact on employee performance, but also has an effect on employee performance from the four dimensions of participation, aspiration, adaptability, and sense of mission.

Keywords: Enterprise Culture, Employee Performance, Employee Loyalty

引言

随着世界经济一体化进程的迅速发展,企业面临着越来越激烈的市场竞争,现今的竞争领域已经突破原有的资源、技术和产品的层面,往往是更深层次的服务、理念、人才方面的比拼,企业文化是企业树立品牌形象的核心,很多成功企业就是依靠其鲜明的企业文化来增强企业识别度和市场认知度,这些企业品牌特点和企业文化有着密不可分的联系。比如华为的“狼性文化”,联想的“亲情文化”等,凡绩效辉煌的企业,企业文化作用都非常显著。本文以定量方法为主,并结合定性方法分析和验证了企业文化、员工绩效、员工忠诚度三者之间的关系,由此进一步阐述企业文化对员工绩效产生的影响。

文献综述与假设的提出

企业文化对员工绩效产生影响的相关理论。Denison, Haaland, 和 Goelzer (2003) 主张企业文化优与次,主要在环境是否协调,资源利用是否合理等方面。Cameron 和 Quinn (2011) 提出变革型企业更为重要,因为它可以为企业文化发展注入新鲜的血液,企业文化总体提升比较显著。Lok 和 Crawford (2004) 提出企业文化潜在支持员工对企业忠诚度二者有很强关系。在员工绩效维度研究方面,Katz 和 Kahn (1978) 从三个维度研究员工绩效。他们的观点是企业发展需要留在企业中的员工有效率地完成组织工作和任务、完成企业外的其他活动。Campbell 的观点是:员工业绩主要由三部分组成,分别是对于工作熟练程度、努力程度和纪律表现。学者研究证明:良好企业文化发挥着不同功能,如导向与激励作用,这些是提高企业人力资本水平和企业知名度,而对企业内部各个部门协调性得到有效改善,提高企业凝聚力。从企业文化维度研究方面,Zhang 和 Han (2008) 提出企业文化发展测量,需要一些调查方式,如问卷、访谈及现场研究方式,建立一个宏观环境、真实存在和现有的本质等一些文化均可测量企业文化深度对于员工绩效维度研究。中国学者 Han 和 Liao (2006) 根据之前学者研究发现员工工作绩效可以从四个维度进行衡量,主要包括任务、关系、学习和创新四个方面,同时进行了定量研究。

企业文化对员工绩效影响的研究现状。Hu (2013) 强调,企业文化是公司发展环节中不断实现与培养公司特征、公司精神、发展决策、运营观念、监管思想以及企业文化和员工绩效提高的关键作用。Rao (2013) 强调,绩效管理是运营核心方式,是增加企业运营收益核心流程,员工绩效的多少直接影响企业总体绩效。企业文化是公司重要竞争优势的“灵魂”,促进着企业管理制度的完善与提升。Liu (2016) 从企业文化以及员工绩效内涵出发,优先分析两种内涵要素和作用因素,最终发现企业文化与员工绩效之间的关系。

总而言之,全球学者针对企业文化、员工绩效等做了不少有利的理论分析与实证分析,然而有关企业文化的研究也处在一类特别初级时期。首先,有少许研究者针对员工忠诚度特征做出了分析;第二,在针对员工绩效调研层面,已经有研究重点调研企业文化或员工忠诚

度对员工绩效的影响；第三，尽管有研究者调研企业文化以及员工忠诚度、忠诚度和员工绩效等方面的关系，得知企业文化会影响忠诚度，忠诚度会影响绩效，同时忠诚度、员工绩效的关系中企业文化对员工绩效的影响具备中介功能，能预测企业忠诚度是企业和员工绩效关系的一类中介型变量。如今很少有研究者把企业文化、员工忠诚度与员工绩效的影响进行调研。

研究假设的提出

学者对于企业文化和员工忠诚度之间的关系研究证明，企业文化与员工忠诚度之间存在着相关性。丹尼森在这四种文化特质基础上构建企业文化特质模型，验证结果四种文化特质证明对组织目标起到很好预测作用。本文采用丹尼森企业文化特质模型来研究企业文化与员工忠诚度的关系。因此，研究提出以下假设：

H1：企业文化对员工忠诚度有显著的正向影响。

H1a：企业文化中的参与性特质对员工忠诚度有显著的正向影响。

H1b：企业文化中的一致性特质对员工忠诚度有显著的正向影响。

H1c：企业文化中的适用性特质对员工忠诚度有显著的正向影响。

H1d：企业文化中的使命感特质对员工忠诚度有显著的正向影响。

H2：企业文化对员工绩效有显著的正向影响。

H2a：企业文化中的参与性特质对员工绩效有显著的正向影响。

H2b：企业文化中的一致性特质对员工绩效有显著的正向影响。

H2c：企业文化中的适用性特质对员工绩效有显著的正向影响。

H2d：企业文化中的使命感特质对员工绩效有显著的正向影响。

学者对于员工忠诚度与员工绩效影响研究还较少，在理论研究方面探讨已经存在。美国学者詹姆斯·赫斯克特在上世纪 90 年代曾经提出了员工忠诚度是促进企业发展及企业获得收益重要因素。本文研究认为在企业文化对员工绩效产生影响过程中，员工忠诚度起到中介变量作用。综合以上研究，本文得出以下假设：

H3：企业员工忠诚度对员工绩效有显著的正向影响。

H4：企业员工忠诚度在企业文化与员工绩效的关系中存在中介作用。

H4a：企业文化的参与性特质与员工绩效的关系中，员工忠诚度起到了中介作用。

H4b：企业文化的一致性特质与员工绩效的关系中，员工忠诚度起到了中介作用。

H4c：企业文化的适应性特质与员工绩效的关系中，员工忠诚度起到了中介作用。

H4d：企业文化的使命感特质与员工绩效的关系中，员工忠诚度起到了中介作用。

根据之前提出“企业文化——员工忠诚度——员工绩效”的模型概念，本文在企业文化与员工忠诚度，员工忠诚度与员工绩效，企业文化与员工绩效三对的影响关系，以员工忠诚度为中介变量并提出假设将本文的研究进行完善。如图 1 所示：

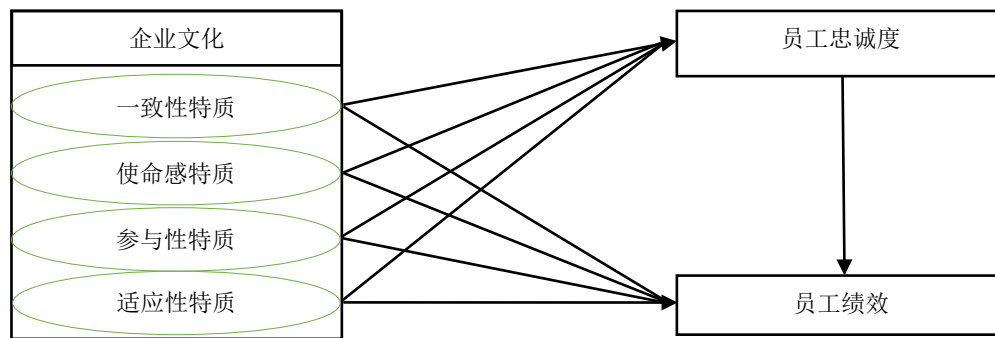


图 1 本文的研究模型

变量测量

企业文化测量研究是美国学者丹尼森提出的企业文化是员工价值观念、职业行为进行思考和行为模式形成的概念。丹尼森和米沙拉对多家企业进行长期研究，从企业文化多个特质入手，对多家企业各特质分析研究，构建有效描述企业特征测量模型企业文化特质模型。该模型根据企业文化特质，总结企业文化四个维度分别是：适应性、一致性、参与性、使命感。

员工绩效的测量研究是随着对员工绩效的研究不断深入，学者们开始意识到单一的财务性指标不足以全面反应一个企业经营绩效水平。大量学者在员工绩效测量研究上，开始引入一些非财务性指标。

员工忠诚度的测量研究：(1) 组织承诺量表 (Organizational Commitment Questionnaire) 对组织承诺主要 Porter, Steers, Mowday, 和 Boulian (1974) 等发展出来的组织承诺量表 (OCQ); Randall, Fedor, 和 Longenecker (1990) 提出的量表称为非 OCQ 的态度量表；量表是 Meyer 和 Allen (1991) 开发三维度组织承诺量表共有 24 个项目。(2) 忠诚严格检测调查表 (Loyalty Acid Test Survey), Frederick (2003) 在《忠诚法则》(Loyalty Rules) 中提出忠诚严格检测调查表。整个调查表主要是对公司的感受；与公司的关系；描述性信息。(3) 员工满意度 (Employee Satisfaction Scale)，国内外有学者采用员工满意度调查来检测员工忠诚度。

研究对象

使用调查问卷主要有企业文化、员工忠诚度、员工绩效三个测量量表，根据所需要调查内容，量表所设计问卷内容是由 4 部分，53 个测量项目组成。所有题目都是根据李克特 5 分量表法进行评估，让被访者采用正向的方式打分。

信度分析是信度反应系统的一致性状况，信度系数高表示检验结果可靠，稳定性也高。学者信度分析系 Cronbach's α 信度系数，信度系数比较准确为研究者提供所检验量表各个项目之间内部一致性程度，在数据分析中使用比较广泛。根据信度检验如表 1:

表 1 可靠性统计量

企业文化		员工忠诚度		员工绩效	
Cronbach's Alpha	项数	Cronbach's Alpha	项数	Cronbach's Alpha	项数
0.956	21	0.943	12	0.934	13

从上表可知：信度系数值分别为 0.956, 0.943, 0.934 都大于 0.9，研究数据信度质量很高。针对“项已删除的 α 系数”，分析项被删除后信度系数值并没有明显提升，进一步研究数据信度水平高。针对“CITC 值”分析项对应 CITC 值全部均高于 -0.1，分析项之间有良好的关系，信度水平良好。研究数据信度系数值高于 0.8，可靠准确信度质量高，可进一步分析。

效度分析是信度检测，如果信度越高，检验结果对所调查事物反应程度越高。效度分析研究定量数据设计合理性分析，KMO 值大于 0.8 效度高；小于 0.6 效度不佳，如下表 2 所示：

表 2 KMO 和 Bartlett 的检验

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量		企业文化因子分析	员工忠诚度因子分析	员工绩效因子分析
		.956	.951	.928
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	6025.476	3448.684	3506.001
	df	210	66	78
	sig	.000	.000	.000

从上表可知：所有研究项对应的共同度值均高于 0.4，说明研究项信息可以被有效提取。另外，KMO 值分别为 0.956, 0.951, 0.928 都大于 0.8，意味着数据具有效度。

实证检验

描述性统计

本文调查企业地理位置分布较为广泛，在我国北京、广东、上海、贵州等省份的公司发放了调查问卷 404 份，最终回收问卷 398 份；经过有效性分析，有效调查问卷 375 份，有效回收率是 92.82%。被调查员工的基本情况如下表 3 和 4 所示：

表 3 描述统计量

描述统计量									
类目	统计量	统计量	统计量	统计量	统计量	统计量	标准误	统计量	标准误
参与性特质	375	1.4	5	3.7068	0.65388	-0.122	0.122	0.397	0.244
适应性特质	375	1	5	3.7723	0.74761	-0.402	0.122	0.562	0.244

表 3 描述统计量 (继续)

描述统计量									
类目	统计量	统计量	统计量	统计量	统计量	统计量	标准误	统计量	标准误
一致性特质	375	1	5	3.6453	0.76407	-0.252	0.122	0.194	0.244
使命感特质	375	1	5	3.8421	0.76109	-0.56	0.122	0.559	0.244
员工忠诚度	375	1	5	3.7317	0.70268	-0.167	0.122	0.330	0.244
员工绩效	375	1.460	5	3.827	0.63093	-0.145	0.122	0.317	0.244
有效的 N (列表状态)	375	-	-	-	-	-	-	-	-

从上表可知：当前数据中并没有异常值，数据值均在平均值的 3 个标准差范围内波动，SPSSAU 可直接针对平均值进行描述分析。

频数分析用于研究定类数据分布情况、选择频数和百分比分别是多少：一是：先描述研究数据基本情况；二是：逐一对每个分析项进行分析；三是：对分析进行总结。如表 4 所示：

表 4 频率分析结果

名称	选项	频数	百分比 (%)	名称	选项	频数	百分比 (%)
您的性别：	男	183	45.30	您的性别：	女	221	54.70
您的年龄：	25 岁以下	116	28.71	您的职位级别：	普通员工	217	53.71
	26-35 岁	146	36.14		基层管理人员	84	20.79
	36-45 岁	90	22.28		中层管理人员	70	17.33
	45 岁以上	52	12.87		高层管理人员	33	8.17
您的学历：	高中专及以下	89	22.03	您所在的公司规模：	100 人以下	169	41.83
	大专	140	34.65		100—500 人	106	26.24
	本科	121	29.95		500—1000 人	85	21.04
	硕士及以	54	13.37		1000 人以上	44	10.89
您在本公司的工作年限：	1 年以下	94	23.27	公司成立时间：	2 年以下	45	11.14
	1-3 年	96	23.76		2—10 年	135	33.42
	3-5 年	53	13.12		10—20 年	93	23.02
	5 年以上	161	39.85		20 年以上	131	32.43

从上表可知：女性占 54.7%，男性占 45.30%；年龄段“26-35 岁”最多，占总样本的 36.14%；样本中学历为“大专”最多，比例为 34.65%；工作年限“5 年以上”占比为 39.85%；

职位级别大部分为“普通员工”，占比为 53.70%；所在的公司规模中 41.83% 样本选择“100 人以下”；从公司成立时间来看，样本中“2-10 年”相对较多，比例为 33.42%。

相关性分析

本研究将运用皮尔森积差相关法来对企业文化、员工忠诚度、员工绩效的相关性进行研究并得到相关系数。验证结果如下表 5 所示：

表 5 相关性

相关性							
类目	指标	参与性特质	一致性特质	适应性特质	使命感特质	员工忠诚度	员工绩效
参与性特质	Pearson 相关性	1	.681**	.637**	.632**	.625**	.618**
	显著性（双侧）		.000	.000	.000	.000	.000
	N	375	375	375	375	375	375
一致性特质	Pearson 相关性	.681**	1	.796**	.750**	.720**	.657**
	显著性（双侧）	.000		.000	.000	.000	.000
	N	375	375	375	375	375	375
适应性特质	Pearson 相关性	.637**	.796**	1	.856**	.777**	.730**
	显著性（双侧）	.000	.000		.000	.000	.000
	N	375	375	375	375	375	375
使命感特质	Pearson 相关性	.632**	.750**	.856**	1	.805**	.771**
	显著性（双侧）	.000	.000	.000		.000	.000
	N	375	375	375	375	375	375
员工忠诚度	Pearson 相关性	.625**	.720**	.777**	.805**	1	.860**
	显著性（双侧）	.000	.000	.000	.000		.000
	N	375	375	375	375	375	375
员工绩效	Pearson 相关性	.618**	.657**	.730**	.771**	.860**	1
	显著性（双侧）	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	375	375	375	375	375	375

**, 在 .01 水平（双侧）上显著相关。

分析结果：企业文化与员工忠诚度的相关性系数为 0.805，显著性（双侧） $P < 0.01$ ，二者之间正向相关性关系显著，证明本文之前提出假设 H1（企业文化对员工忠诚度有显著的正向作用）。企业文化四个维度与员工忠诚度有显著的正向相关性，研究之前的假设 H1a、假设 H1b、假设 H1c、假设 H1d 都进行了初步证明。使命感维度与员工忠诚度的相关系数最高，达到了 0.805，其他三个维度与员工忠诚度变量的相关系数也都大于 0.6，显著性（双侧） $P < 0.01$ 。

企业文化与员工绩效的相关性系数为 0.805，显著性（双侧） $P < 0.01$ ，二者之间的正向相关性关系显著，证明本文之前提出的假设 H2（企业文化对员工绩效有显著的正向作用）。企业文化四个维度与员工绩效也具有显著的正向相关性，研究之前的假设 H2a、假设 H2b、假设 H2c、假设 H2d 都进行了初步证明。使命感维度与员工绩效相关系数最高，达到了 0.771，其他三个维度与员工忠诚度变量相关系数也都大于 0.6，显著性（双侧） $P < 0.01$ 。分析结果显示：员工忠诚度与员工绩效的相关性系数为 0.805，显著性（双侧） $P < 0.01$ ，二者之间正向相关性关系显著，证明本文之前提出的假设 H3（员工忠诚度对员工绩效有显著的正向作用）。

线性回归分析

企业文化与员工绩效之间的回归分析：根据本文的假设，在此对企业文化四个维度与员工绩效之间进行回归分析，二者的分析结果见下表 6 至 8 所示：

表 6 模型汇总

R	R 方	调整 R 方	标准估计的误差	变量类别
.618 ^a	.382	.380	.49673	a.预测变量:(常量) 参与性特质
.657 ^a	.432	.431	.47607	a.预测变量:(常量) 一致性特质
.730 ^a	.532	.531	.43196	a.预测变量:(常量) 适应性特质
.771 ^a	.594	.593	.40237	a.预测变量:(常量) 使命感特质

表 7 Anova^b

模型	平方和	df	均方	F	Sig.	变量类别
回归	60.174	1	60.174	243.879	.000 ^a	a.预测变量:(常量) 参与性特质 b.因变量:员工绩效
残差	97.461	395	.247			
总计	157.635	396				

表 7 Anova^b (继续)

模型	平方和	df	均方	F	Sig.	变量类别
回归	68.111	1	68.111	300.521	.000 ^a	a.预测变量:(常量) 一致性特质 b.因变量:员工绩效
残差	89.524	395	.227			
总计	157.635	396				
回归	83.931	1	83.931	449.804	.000 ^a	a.预测变量:(常量) 适应性特质。 b.因变量:员工绩效
残差	73.704	395	.187			
总计	157.635	396				
回归	93.683	1	93.683	578.627	.000 ^a	a.预测变量:(常量) 使命感特质 b.因变量:员工绩效
残差	63.952	395	.162			
总计	157.635	396				

表 8 系数^a

模型	非标准化系数		标准系数 试用版	t	Sig.	变量类别
	B	标准误差				
(常量)	1.617	.144		11.255	.000	a. 因变量:员工绩效
参与性特质	.596	.038	.618	15.617	.000	
(常量)	1.848	.117		15.850	.000	a. 因变量:员工绩效
一致性特质	.543	.031	.657	17.336	.000	
(常量)	1.504	.112		13.470	.000	a. 因变量:员工绩效
适应性特质	.616	.029	.730	21.209	.000	
(常量)	1.372	.104		13.181	.000	a. 因变量:员工绩效
使命感特质	.639	.027	.771	24.055	.000	

结果分析: 参与性维度与员工绩效相关系数 0.618, 且 Sig 值为 0.000 小于 0.01, 参与性维度与员工绩效有显著正向作用, 假设 H1a 得到了进一步验证。一致性维度与员工绩效相关系数 0.657, 且 Sig 值为 0.000 小于 0.01, 一致性维度与员工绩效有显著正向作用, 假设 H1b 得到了进一步验证。适应性维度与员工绩效相关系数 0.730, 且 Sig 值为 0.000, 适应性维度与员工绩效有显著的正向作用, 假设 H1c 得到了进一步验证。使命感维度与员工绩效相关系数 0.771, 且 Sig 值为 0.000, 使命感维度与员工绩效有显著的正向作用, 假设 H1d 得到了进一步验证。企业文化整体与员工绩效相关系数 0.839, 且 Sig 值为 0.000 小于 0.01, 企业文化与员工绩效有显著的正向作用, 假设 H1 得到了进一步验证。本研究假设 H1a、H1b、H1c、H1d、均得到验证。即整体根据企业文化四个特质所建立的维度同员工绩效均具有显著的正向作用。

企业文化与员工忠诚度之间的回归分析：根据本文的假设，在此对企业文化四个维度与员工忠诚度之间进行回归分析，二者的分析结果见下表 9 至 11 所示。

表 9 模型汇总

R	R 方	调整 R 方	标准 估计的误差	变量类别
.625 ^a	.390	.389	.54930	a. 预测变量:(常量) 参与性特质
.720 ^a	.519	.518	.48803	a. 预测变量:(常量) 一致性特质
.777 ^a	.604	.603	.44279	a. 预测变量:(常量) 适应性特质
.805 ^a	.648	.647	.41767	a. 预测变量:(常量) 使命感特质

表 10 Anova^b

模型	平方和	df	均方	F	Sig.	变量类别
回归	76.342	1	76.342	253.012	.000a	a. 预测变量:(常量) 参与性特质 b. 因变量:员工忠诚度
残差	119.185	395	.302			
总计	195.527	396				
回归	101.450	1	101.450	425.952	.000a	a. 预测变量:(常量) 一致性特质 b. 因变量:员工忠诚度
残差	94.078	395	.238			
总计	195.527	396				
回归	118.083	1	118.083	602.269	.000a	a. 预测变量:(常量) 适应性特质 b. 因变量:员工忠诚度
残差	77.445	395	.196			
总计	195.527	396				
回归	126.619	1	126.619	725.819	.000a	a. 预测变量:(常量) 使命感特质 b. 因变量:员工忠诚度
残差	68.908	395	.174			
总计	195.527	396				

表 11 系数^a

模型	非标准化系数		标准系数 试用版	t	Sig.	变量类别
	B	标准误差				
(常亮)	1.243	.159		7.821	.000	a. 因变量:员工忠诚度
参与性特质	.671	.042	.625	15.906	.000	
(常亮)	1.317	.120		11.016	.000	a. 因变量:员工忠诚度
一致性特质	.662	.032	.720	20.639	.000	
(常亮)	.976	.114		8.531	.000	a. 因变量:员工忠诚度
适应性特质	.730	.030	.777	24.541	.000	

表 11 系数^a（继续）

模型	非标准化系数		标准系数 试用版	t	Sig.	变量类别
	B	标准误差				
（常亮）	.877	.108		8.121	.000	a. 因变量: 员工忠诚度
使命感特质	.743	.028	.805	26.941	.000	

结果分析：参与性维度与员工忠诚度的相关系数 0.625，且 Sig 值为 0.000 小于 0.01，参与性维度与员工忠诚度有显著的正向作用，假设 H2a 得到了进一步验证。一致性维度与员工忠诚度相关系数 0.720，且 Sig 值为 0.000，一致性维度与员工忠诚度有显著的正向作用，假设 H2b 得到了进一步验证。适应性维度与员工忠诚度的相关系数 0.777，且 sig 值为 0.000，适应性维度与员工忠诚度有显著的正向作用，假设 H2c 得到了进一步验证。使命感维度与员工忠诚度相关系数 0.805，且 Sig 值为 0.000，使命感维度与员工忠诚度有显著的正向作用，假设 H2d 得到了进一步验证。四个维度 VIF 值均介于 1-10 之间，本回归分析，多重共线性不存在，对分析结果没有产生影响。企业文化整体与员工忠诚度相关系数 0.805，且 Sig 值为 0.000 小于 0.01，本研究的假设 H2a、H2b、H2c、H2d 均得到验证。即企业文化与员工忠诚度有显著的正向作用，假设 H2 得到了进一步验证。企业文化四个特质所建立维度同员工忠诚度均具有显著的正向作用。

企业文化与员工绩效的影响，员工忠诚度起中介作用，根据以上研究分析，三个变量之间的相关关系已经得到了验证。下面将继续研究中介变量员工忠诚度在自变量企业文化对因变量员工绩效的影响作用中，是否能够起到显著的中介作用。分析结果见下表 12 至表 14 所示：

表 12 模型汇总

R	R 方	调整 R 方	标准估计的误差	变量类别
.866 ^a	.751	.749	.31587	a. 预测变量: (常量) 员工忠诚度, 参与性特质
.862 ^a	.743	.742	.32067	a. 预测变量: (常量) 员工忠诚度一致性特质
.866 ^a	.749	.748	.31659	a. 预测变量: (常量) 员工忠诚度, 适应性特质
.870 ^a	.758	.756	.31143	a. 预测变量: (常量) 员工忠诚度, 使命感特质

表 13 Anova^b

模型	平方和	df	均方	F	Sig.	变量类别
回归	118.323	2	59.162	592.948	.000 ^a	a. 预测变量:(常量) 员工忠诚度, 参与性特质 b. 因变量: 员工绩效
残差	39.312	394	0.100			
总计	157.635	396				
回归	117.121	2	58.56	569.495	.000 ^a	a. 预测变量:(常量) 员工忠诚度, 一致性特质 b. 因变量: 员工绩效
残差	40.514	394	0.103			
总计	157.635	396				
回归	118.323	2	59.162	592.948	.000 ^a	a. 预测变量:(常量) 员工忠诚度, 适应性特质 b. 因变量: 员工绩效
残差	39.491	394	0.1			
总计	157.635	396				
回归	119.422	2	59.711	615.656	.000 ^a	a. 预测变量:(常量) 员工忠诚度, 使命感特质 b. 因变量: 员工绩效
残差	38.213	394	0.097			
总计	157.635	396				

表 14 系数^a

模型	非标准化系数		标准系数 试用版	t	Sig.	变量类别
	B	标准误差				
(常量)	0.749	0.098		7.630	0	a. 因变量: 员工绩效
参与性特质	0.127	0.031	0.132	4.089	0	
员工忠诚度	0.698	0.029	0.778	24.141	0	
(常量)	0.898	0.090		9.997	0	a. 因变量: 员工绩效
一致性特质	0.065	0.030	0.078	2.127	0.034	
员工忠诚度	0.722	0.033	0.804	21.831	0	
(常量)	0.855	0.089		9.601	0	a. 因变量: 员工绩效
适应性特质	0.130	0.034	0.154	3.854	0	
员工忠诚度	0.665	0.036	0.740	18.476	0	
(常量)	0.835	0.087		9.603	0	a. 因变量: 员工绩效
使命感特质	0.185	0.035	0.223	5.341	0	
员工忠诚度	0.611	0.038	0.681	16.291	0	

分析结果: 模型 4b 中 F 值的 Sig 值为 0.000 小于 0.01, 该模型回归效果明显, 员工绩效对企业文化和员工忠诚度回归分析结果, 企业文化和员工忠诚度对员工绩效变异量的解释程度为 66.699%, 企业文化各个维度和员工忠诚度对员工绩效有着很好的正向预测作用, 模型有比较好的统计意义。在引入中介变量员工忠诚度后, 企业文化四个维度与员工绩效的显著性以及回归系数发生了变化, 参与性维度对员工绩效影响作用的显著性降低了, 即显著性由 Sig 值

由 0.000 变为了 0.034，相关系数也由 0.778 变成了 0.625，相关关系变弱以及相关性变得不显著，表明员工忠诚度在参与性特质与员工绩效之间的作用中起部分中介作用，假设 H4a 得到了部分验证。一致性维度对员工绩效影响作用的显著性降低，即显著性由 Sig 值由 0.000 变为了 0.034，相关系数也由 0.776 变成了 0.625，相关关系变弱以及相关性变得不显著的情况，员工忠诚度在一致性特质与员工绩效之间的作用中起部分中介作用，假设 H4b 得到了部分验证。适应性维度对员工绩效影响作用的显著性降低，即显著性由 Sig 值由 0.000 变成了 0.01，相关系数也由 0.777 变成了 0.740，相关关系变弱以及相关性变得不显著的情况，员工忠诚度在适应性特质与员工绩效之间的作用中起部分中介作用，假设 H4c 得到了部分验证。使命感维度对员工绩效影响作用的显著性降低，即显著性由 Sig 值由 0.000 变成了 0.01，相关系数也由 0.344 变成了 0.092，相关关系变弱以及相关性变得不显著的情况，表明员工忠诚度在使命感特质与员工绩效之间的作用中起部分中介作用，假设 H4d 得到了部分验证。综上所述，员工忠诚度在企业文化四个维度对员工绩效的影响中所起到中介作用都得到了验证。因此假设 H4：员工忠诚度在企业文化与员工绩效的关系存在中介作用得到验证。

研究结果

企业文化对员工绩效有正向的影响作用，证明企业文化是通过参与性、一致性、适应性和使命感四个维度对员工绩效产生作用。企业文化四个维度的形式对员工忠诚度起到了正向作用。验证了员工忠诚度对员工绩效的影响作用以及在企业文化和员工绩效的关系起到中介作用，实证分析对前面的假设都进行了逐一的验证。验证结果如下表 15 所示：

表 15 研究假设的验证结果

研究假设	检验结果
假设 H1：企业文化对员工忠诚度有显著的正向作用。其中包含四个假设，分别为：	成立
假设 H1a：企业文化中的参与性特质对员工忠诚度有显著的正向作用。	成立
假设 H1b：企业文化中的一致性特质对员工忠诚度有显著的正向作用。	成立
假设 H1c：企业文化中的适应性特质对员工忠诚度有显著的正向作用。	成立
假设 H1d：企业文化中的使命感特质对员工忠诚度有显著的正向作用。	成立
假设 H2：企业文化对员工绩效有显著的正向作用。依据四个特质得 4 个假设分别为：	成立
假设 H2a：企业文化中的参与性特质对员工绩效有显著的正向作用。	成立
假设 H2b：企业文化中的一致性特质对员工绩效有显著的正向作用。	成立
假设 H2c：企业文化中的适应性特质对员工绩效有显著的正向作用。	成立
假设 H2d：企业文化中的使命感特质对员工绩效有显著的正向作用。	成立
假设 H3：员工忠诚度对员工绩效有显著的正向作用。	成立

表 15 研究假设的验证结果（继续）

研究假设	检验结果
假设 H4: 员工忠诚度在企业文化和员工绩效的关系中存在中介作用。	部分成立
假设 H4a: 在企业文化的参与性特质与员工绩效的关系中, 员工忠诚度起到中介作用。	部分成立
假设 H4b: 在企业文化的一致性特质与员工绩效的关系中, 员工忠诚度起到中介用。	部分成立
假设 H4c: 在企业文化的适应性特质与员工绩效的关系中, 员工忠诚度起到中介作用。	部分成立
假设 H4d: 在企业文化的使命感特质与员工绩效的关系中, 员工忠诚度起到中介用。	部分成立

总结与展望

本文结合前人的研究成果, 对企业文化、员工忠诚度、员工绩效三者相关理论进行梳理和总结, 结合企业文化的多个维度, 对员工绩效产生影响构建模型提出相关假设, 通过实证分析方法对假设进行验证并制定调查问卷, 运用 SPSS 统计分析软件对数据进行整理和分析, 研究企业文化对员工绩效的影响并在理论分析的前提下, 以员工忠诚度作为中介变量本文得到以下结论: 企业文化、员工忠诚度以及员工绩效三者之间有一定的相关性影响是以忠诚度作为中介变量。企业文化会影响到员工绩效, 而忠诚度能够增强员工的工作态度以及对企业管理和企业制度的执行力度, 从而提高员工绩效甚至企业绩效。

随着企业对员工的重视, 结合现有研究理论成果, 加以本文研究动态提出以下方向: 第一, 员工忠诚度理论研究和实证研究需要更多的研究和改善, 员工忠诚度的概念长期以来都是研究者讨论的问题。由于个人理解程度的差异, 获得数据和构建量表有所不同, 后续研究有待进一步对员工忠诚度进行分析。第二, 选取样本数量比较少, 同时范围窄, 每个地区发展程度有所差别, 得到的结果可能也存在不同。之后的研究要增加样本的选取范围, 设计一个科学全面符合企业实际情况的数量及范围, 是本领域未来研究的重点。第三, 企业文化与员工绩效之间的关系有可能存在其他的中介变量产生影响, 因此在以后研究中可以适当增加中介变量进行研究。

References

- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on The Competing Values Framework*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Denison, D. R., Haaland, S., & Goelzer, P. (2003). Corporate Culture and Organizational Effectiveness: Is There a Similar Pattern Around the World. *Advances in Global Leadership*, 3(2), 205-227.
- Frederick, F. (2003). *Loyalty Rules: How Today's Leaders Build Lasting Relationships*. Boston: Harvard Business School Press.
- Han, Y., & Liao, J. Q. (2006). Research on Performance Evaluation Model Based on Different Organizational Forms. *Nankai Business Review*, 9(3), 61-66. [in Chinese]

- Hu, X. Q. (2013). Corporate Culture Construction from the Perspective of Employee Performance Improvement. *Science and Education Innovation*, 10(2), 125-135. [in Chinese]
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations*. New York: Wiley.
- Liu, Z. Y. (2016). Research on the Influence of Corporate Culture on Employee Performance. *Modern Corporation Culture*, 33, 7-8. [in Chinese]
- Lok, P., & Crawford, J. (2004). The Effect of Organizational Culture and Leadership Style on Job Satisfaction and Organizational Commitment. *Journal of Management Development*, 32(2), 24-35.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover among Psychiatric Technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59(5), 603-609.
- Randall, D. M., Fedor, D. B., & Longenecker, C. O. (1990). The Behavioral Expression of Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 36, 210-224.
- Rao, F. (2013). *Research on the Influence of Corporate Culture on Employee Performance*. Master's Thesis, Southwest University of Science and Technology. [in Chinese]
- Rao, F. (2013). *The Influence of Corporate Culture on Employee Performance*. Master Dissertation, Southwest University of Science and Technology.
- Zhang, X., & Han, X. (2008). Development and Application of Evaluation Model for Corporate Culture. *Science of Science and Management of S. & T.*, 329(1), 149-153. [in Chinese]



Name and Surname: Pingzhen Wu

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration



Name and Surname: Renyuan Nong

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Knowledge Management,
Organization and Human Resource Management



Name and Surname: Ao Chen

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Knowledge Management and
Organizational Learning

辱虐管理行为对管理者自身焦虑的影响研究——基于工作要求的中介作用以及情绪智力的调节作用

THE INFLUENCE OF ABUSIVE SUPERVISION ON MANAGER'S OWN ANXIETY BASED ON THE MEDIATING ROLE OF JOB DEMANDS AND REGULATORY ROLE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE

许杨¹, 刘松柏²

Yang Xu¹, Songbai Liu²

^{1,2} 泰国正大管理学院中国研究生院

^{1,2} Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: September 10, 2019 / Revised: January 20, 2020 / Accepted: January 25, 2020

摘要

本研究主要基于社会比较理论和道德净化视角,从主管的视角出发,探讨主管的辱虐管理行为对于其自身的负面影响。本研究采用纵向追踪的研究设计,第一阶段回收有效问卷 256 份,第二阶段回收有效问卷 245 份。有效样本数为 245 份。本研究的被试群众为中国企事业单位的管理者。研究结果表明辱虐管理行为对管理者自身焦虑水平具有显著正向影响。管理者感知的工作要求在辱虐管理行为与管理者自身焦虑水平之间具有中介效应。情绪智力在辱虐管理与管理者感知工作要求之间起负向调节作用;即情绪智力高的管理者,可以削弱辱虐管理对管理者感知工作要求的影响,反之则反。情绪智力对工作要求在辱虐管理与自身焦虑水平之间的中介效应具有调节效应;即情绪智力高的管理者,可以削弱工作要求在辱虐管理与管理者自身焦虑水平之间的中介效应,反之则反。

关键词: 辱虐管理 工作要求 情绪智力 焦虑水平

Abstract

Based on the social comparison theory and moral cleansing perspective, and from the perspective of supervisors, this study explores the negative impact of abusive supervision by supervisors on their own. The results show that abusive supervision has a significantly positive impact on managers' self-anxiety level. The perceived job demands of managers have a mediating effect between abusive supervision and managers' own anxiety level. Emotional intelligence plays a

negative regulatory role between abusive supervision and managers' perceived job demands. Managers with high emotional intelligence can weaken the influence of abusive supervision on their perception of job demands, and vice versa. Emotional intelligence has a moderating effect on the mediating effect between abusive supervision and managers' anxiety level. Managers with high emotional intelligence can weaken the mediating effect between abusive supervision and managers' own anxiety level, and vice versa.

Keywords: Abusive Supervision, Job Demands, Emotional Intelligence, Anxiety Level

引言

辱虐管理是指除了身体接触行为（如性侵犯、人身暴力）之外的，领导对下属所实施的怀有敌意的言语和非言语行为，如嘲弄奚落、公开责骂、刻意冷落等 (Tepper, 2000)。这种领导行为在工作场所广泛存在，譬如富士康的“连环跳”事件 (Bingdoulnglong, 2010)、西安交通大学博士生自杀事件等 (Xi'an Evening News Community Life, 2018)，使其组织内部的辱虐管理现象被诸多业界管理者以及学界研究者所关注和研究。现有关于辱虐管理对下属、组织层面影响的研究比较丰富，许多辱虐管理的实证研究表明辱虐管理会对下属造成不利影响，例如辱虐管理致使下属产生消极的情绪反应（如恐惧、愤怒等）(Martinko, Harvey, Brees, & Mackey, 2013)、或者不健康的心理状态（如心理压力、离职倾向等）(Sun, Wang, & Wang, 2013)、或者会对下属的工作态度和绩效产生负面影响 (Priesemuth, Schminke, Ambrose, & Folger, 2014)。领导的生活经历、教育程度及个性特征等，组织环境中的公平氛围、支持氛围等研究得也比较多 (Tepper, 2007; Zhang & Bednall, 2015)。然而工作场所的辱虐管理对辱虐管理的实施者自身有何影响呢？虽然最近有研究从管理者自身视角探讨了辱虐管理行为对自身短期内的积极影响，例如工作投入 (Qin, Huang, Johnson, Hu, & Ju, 2018)，但是基于管理者视角研究辱虐管理行为对其自身影响的研究仍然非常匮乏，特别是缺乏有关探讨辱虐管理行为对自身消极影响的研究更是付之阙如，特别是在中国情境中。

研究目的

本研究主要基于社会影响理论和道德净化视角，从管理者的视角出发，深入探讨管理者的辱虐管理行为对其自身的负面影响，包括辱虐管理是否对管理者自身工作要求和焦虑水平产生影响、工作要求是否会在其中发挥中介效应、情绪智力是否会在其中发挥调节作用，从而了解管理者实施辱虐管理“是否”、“如何”以及“在什么条件下”对管理者自身产生负面影响，弥补相应理论缺陷并丰富辱虐管理的相关研究，并有助于业界更为系统地了解辱虐管理对管理者的影响，为企业组织或企业管理者有意识地减少、克制工作场所的辱虐管理提供实践指导和解决方案，进而减少、消除工作场所中这种负面领导行为的产生和维持。

文献综述

辱虐管理行为是指下属感觉到的来自上司持续表现出来的言语或非言语性的敌意行为,但不包括身体上的接触 (Tepper, 2000)。

关于辱虐管理的影响机制研究发现,辱虐管理对员工有消极影响,包括增加离职意愿 (Burris, Detert, & Chiaburud, 2008) 和降低工作绩效 (Harris, Kacmar, & Zivnuska, 2007)。辱虐管理还会使得员工减少建言行为 (Wu, Wang, & Liu, 2012; Farh & Chen, 2014)。

1. 辱虐管理正向影响管理者自身的焦虑水平

当管理者面对高工作要求时,其实施辱虐管理,对其自身工作投入是有益处的。因此,辱虐行为或许就是管理者面对高压工作环境下一一种保存自己有限的工作资源、维持较高水平工作管理和工作复原 (Job Recovery) 的一种方式。不过,长期来看辱虐管理行为,却是在消耗管理者的工作资源,对管理者的工作复原、工作投入和工作满意度是有损害的 (Qin et al., 2018)。

焦虑是个体对即将来临的、可能会造成的危险或威胁所产生的紧张、不安、忧虑、烦恼等不愉快的复杂情绪状态 (Antony, Bieling, Cox, Enns, & Swinson, 1998; Henry & Crawford, 2005)。

根据道德净化理论,当个体的道德自我知觉低于理想的道德形象,会倾向于表现出道德的态度或亲社会的行为,通过道德调节机制的作用,使个体的道德知觉维持在一个稳定的水平。Tetlock, Kristel, Elson, Green, 和 Lerner (2000) 的研究证实,个体在做过不道德的事情后通常会出现补偿性的利他倾向。管理者实施辱虐行为后,其道德关怀和道德勇气通过增强领导对其不道德行为的认可以及对不道德行为补偿的意愿和决心来对其自身产生认识和行为做出利于下属的改变,这些与此前辱虐行为行成反差。当领导者徘徊在道德与不道德之间时,这中间有一个自我知觉和认识的过程,而这个过程势必处于挣扎的状态,这个过程有反复、有持续,直到他采取友好行为。根据资源消耗理论,这个过程会损耗掉他的精力、时间并调用以往的经验,对他产生一定的压力,从而最终导致焦虑水平的提高。

根据社会比较理论,个体需要感知到在一个群体中的成员身份以及这种成员身份的情感价值评估。他需要与所处社会网络中的他人产生互动。另外,群体中的个体还会有同伴效应。已有研究表明,管理者采取辱虐行为后,员工的反馈多为负面的,从动静比较小的沉默,到比较大的情绪耗竭、低工作效率、反生产行为、离职倾向,这些行为也会对管理者产生负向影响。当员工的负面行为累积到足够多时,必定会对管理者造成压力,造成情绪波动,并引发焦虑。

基于以上分析,提出以下假设:

H1: 辱虐管理正向影响管理者自身的焦虑水平。

2. 管理者感知的工作要求在辱虐管理行为与管理者自身焦虑水平之间具有中介效应

根据 Karasek (1979) 给出的定义, 工作要求, 即压力源, 是指工作情境中所存在的反映员工所从事的工作任务的数量和困难程度的因素, 如工作负荷、角色冲突以及问题解决要求等。工作要求越高, 给个体造成的工作压力越大。

根据社会比较理论, 下属会被领导视为其等级地位和社会地位的潜在竞争者, 因此领导常常会将自己与下属进行比较。当下属具有较强的社交能力, 能够提出创新想法, 甚至与更高层的管理者建立起亲密关系时, 他们表现出的领导潜能会使其直接领导觉得自尊、地位受到威胁, 产生不安全感, 进而产生嫉妒心理。嫉妒将促使领导采取辱虐管理, 降低自身因不利的社会比较而造成的痛苦和不适, 在采取辱虐管理后领导还会通过自我提升, 缩小彼此间的差距, 从而增强工作动力、提高工作要求。这就解释了为什么辱虐管理影响了工作要求。

根据资源保存理论, 高强度的工作要求作为压力源, 带来高强度的工作压力, 工作压力作用过程称为“疲劳过程”, 当工作要求过高, 工作控制不高, 加之工作环境条件不支持, 比如实施辱虐管理后与员工的紧张关系等, 会导致资源的严重消耗, 如精力和精神的损耗, 从而导致个体产生焦虑行为。而焦虑水平与焦虑行为有着密不可分的关系, 个体所表现的焦虑行为越多, 焦虑水平越高, 反之, 焦虑水平越低。以上解释了工作要求对焦虑水平的影响。

因此, 提出假设:

H2: 管理者感知的工作要求在辱虐管理行为与管理者自身焦虑水平之间具有中介效应, 即辱虐管理正向影响管理者工作要求进而正向影响管理者自身的焦虑水平。

3. 情绪智力的调节作用

美国心理学家 Salovey 和 Mayer (1990) 将情绪智力的概念解释为: 情绪智力是知觉他人、自己和表达自我情绪的能力, 同时也能促进个体思维活动, 是一种在理解并分析自身情绪后调控自己与他人的能力。

善于识别和控制自己和他人的情绪、情感, 是领导者具有高情绪智力的表现。优秀的领导者能够很好地了解和认知自己以及下属的情绪, 同时也能够在与下属的互动过程中调节他们的情绪 (Hooijberg, Hunt, & Dodge, 1997)。但管理者跟管理者之间, 情绪智力差异也比较大。有的管理者, 在实施辱虐之后, 想方设法彰显自己行为的合理性, 对自己提出更多的工作要求, 而有的管理者则视之正常, 他不会给自己提出更多的工作要求, 不会用严苛的要求来绑定自己。管理者辱虐员工后, 领导情绪智力的调节作用则尤为重要, 面对当下和潜在的压力, 管理者如果能从积极、客观的角度去分析自身的行为可以给下属所带来的好处, 抑制或缓解负面情绪 (Zeidner & Matthews, 2016), 这对管理者和员工的身心都是有好处的; 但在管理者的情绪智力调节不到位的情况下, 管理者辱虐下属后对其自身是无法取得一个良好效果的。

因此, 提出假设:

H3: 情绪智力在辱虐管理与管理者自身工作要求之间起负向调节作用; 即情绪智力高的管理者, 可以削弱辱虐管理对管理者自身工作要求的影响, 反之则反。

H4: 情绪智力对工作要求在辱虐管理与管理者自身焦虑水平之间的中介效应具有调节效应; 即情绪智力高的管理者, 可以削弱工作要求在辱虐管理与管理者自身焦虑水平之间的中介效应, 反之则反。

4. 理论模型

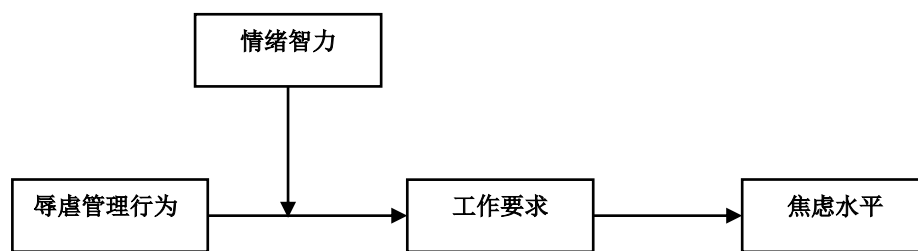


图1 理论模型图

综上所述, 管理者实施辱虐管理行为后, 鉴于社会影响和道德补偿, 他自己会感知到更高的工作要求, 而更高的工作要求将导致更高的焦虑水平。在这个过程中, 管理者的情绪智力越高, 越能削弱其辱虐管理行为对其感知工作要求的影响, 与此同时, 情绪智力还对工作要求在辱虐管理行为与管理者自身焦虑水平之间的中介效应产生调节效应, 即情绪智力高的管理者, 可以削弱工作要求在辱虐管理行为与管理者自身焦虑水平之间的中介效应。

研究方法

1. 问卷调查法

本文采用问卷调查的方法获取管理者辱虐管理行为通过工作要求中介作用对焦虑水平的影响以及情绪智力在辱虐管理行为和工作要求之间的调节作用的第一手资料。分别进行一次预调查和一次正式调查。预调查的数据用来对辱虐管理、情绪智力、工作要求、焦虑水平进行信度及效度检验, 并根据结果对国内外学者比较成熟的量表进行修正, 以保证问卷设计的可靠性和有效性。正式调查为分析、论证中国企事业管理者辱虐行为通过工作要求中介作用及情绪智力调节作用对焦虑水平产生影响提供数据来源。为了尽可能地消除同源方差以及更好地揭示变量之间的因果关系, 本研究采用纵向追踪的研究设计, 分多个阶段、从多个来源来收集数据。由于本问卷需要的调查对象是中国企事业单位的管理者, 因此大量样本的获取难度相对较大, 为保障追踪研究的回收率和问卷的质量, 本研究的正式数据采集是通过委托中国长沙一家专业的市场调查公司进行的问卷调查。第一阶段: 调查公司根据其调查数据库的目标人群 (包括基层管理者、中层管理者和高层管理者), 通过电子邮件发送第一次问卷, 问卷内容为

测评管理者的辱虐管理行为、情绪智力水平以及相应的基本信息（包括性别、年龄、婚姻状况、教育水平、职位层级和任职时间），并提示被访问者这是一次两阶段调查，如果不接受再次填写问卷，即使此次完成了问卷作答也被视为无效问卷，此次调查持续时间为一周，最终第一阶段共收回问卷 279 份，剔除不完整和无效问卷后得到有效问卷 256 份，回收有效问卷率 91.8%。第二阶段：第一阶段半个月之后，本研究开始了第二阶段的数据问卷收集，第二阶段由调查公司根据上次回收有效问卷的邮箱（即 ID），对 256 位受访者再次发送问卷，问卷内容包括现阶段的工作要求以及自身的焦虑水平，此次调查持续时间同样为一周，最终第二阶段共收回问卷 248 份，剔除不完整和无效问卷后得到有效问卷 245 份，回收有效问卷率 98.8%。由于第二阶段的调查者都是已经同意并乐意进行再次调查的用户，因此他们的问卷完成和有效问卷率都比较高。

2. 数据统计分析法

对问卷数据进行收集整理，首先对数据进行描述性统计分析，通过 Spass 21 软件和 Mplus 6 软件进行数据处理，首先采用信度分析，主要是估计量表的 Cronbach α 系数，值越高表明测量一个变量的各个问项之间的内部一致性程度越高，也即该量表越可信；其次采用效度分析来确保量表的收敛效度和区别效度；随后进行相关分析，分析各个变量及维度之间的相关度，并在此基础上采用回归分析、结构方程模型等分析和检验方法来探讨管理者辱虐管理对其自身焦虑水平的影响作用，工作要求对辱虐管理和焦虑水平的中介作用，情绪智力在辱虐管理和工作要求之间的调节作用。对所提出的理论模型进行假设检验，对数据分析的结果进行解释总结，形成本研究的结论。

变量选择

表 1 变量选择

文中所涉及的变量	变量性质	变量定义
管理者辱虐管理行为	自变量	除了身体接触行为（如性侵犯、人身暴力）之外的，领导对下属所实施的怀有敌意的言语和非言语行为
管理者焦虑水平	因变量	管理者对即将来临的、可能会造成的危险或威胁所产生的紧张、不安、忧虑、烦恼等不愉快的复杂情绪状态水平
管理者感知的工作要求	中介变量	工作情境中所存在的反映管理者所从事的工作任务的数量和困难程度的因素
管理者情绪智力	调节变量	管理者知觉他人、自己和表达自我情绪的能力，在理解并分析自身情绪后调控自己与他人的能力
管理者的年龄、性别、性格、心理健康程度、受教育程度、家庭环境、所在行业等	控制变量	选取与管理者自身紧密相关的因素作为控制变量，其目的是为了控制模型设定过程中所产生的误差

研究结果

1. 问卷测量

辱虐管理：目前使用最广泛的是 Tepper (2000) 年开发的 15 道题目的量表，但该量表是由员工对管理者进行评价的量表，而非管理者自身评价的量表。本研究采用了 Qin et al. (2018) 开发的管理者测评的量表，该量表见刊于组织与人力资源领域权威期刊 AMJ，并且是在中国情境下开发的量表，对本研究而言非常适合和适用，该量表共 5 个题目。经测度，该量表的 Cronbach's α 系数为 0.859，说明该量表的信度理想。

工作要求：工作要求量表采用的是 Karasek (1979) 编制的管理者测评量表，该量表见刊于管理学权威期刊 ASQ，量表只有一个维度，总共包括 7 道题目，对工作负荷和时间压力等进行总体测量。该量表的 Cronbach's α 系数为 0.944，说明该量表具备了极好的信度。

焦虑水平：焦虑水平量表采用的是由 Derogatis (1975) 年编制的症状自评量表，包括了焦虑、抑郁、躯体化、强迫症状等 9 个维度，其中有关焦虑的测量有 6 个题项，是目前测量个体焦虑水平最普遍适用的一种量表 (Derogatis & Unger, 2010)。焦虑水平量表的 Cronbach's α 系数为 0.954，同样表明该量表具备了良好的信度。

情绪智力：西方学者研究的基础上，国内学者 Law, Wong, 和 Song (2004) 开发了本土化的四维度的情绪智力量表 (WLEIS)，四个维度分别为自我情绪评估、他人情绪评估、情绪调节和情绪利用。该量表总共包括 16 个题项，每个维度对应 4 个题项。情绪智力量表的 Cronbach's α 系数为 0.892，信度较为理想，且其 4 个维度自我情绪评价、情绪管理、情绪运用、他人情绪评价的 α 系数分别为 0.825、0.862、0.861、0.814，说明其各维度也具有良好的信度。

2. 描述性统计分析

从被调查者的个人信息来看，男女比例近似相等；参与问卷调查的主要集中于 31-40 岁年龄段；从教育程度来看，本科生占比最高，为 79.18%，其次是硕士研究生及以上、大专生，说明总样本中被调查者文化程度较高；已婚的占比最高，为 86.53%，原因可能是由于问卷被调查者为管理者，年龄大都处于成熟、适婚阶段；从职位来看，中层管理者占比最高，其次是基层管理者和高层管理者；从被调查者所在企业的性质来看，主要以民营企业为主，其次是国有企业和合营企业；41.22% 的被调查者在目前企业任职处于 1-5 年内，而任职时间 15 年以上者只有一位，一方面可能是由于年龄的关系，另一方面可能是我国现阶段职业流动性比较强。

3. 信效度分析

如表 2 所示，每个题项对所属因子的载荷均大于 0.5，表明模型有较好的收敛性。而相应的拟合指标 χ^2/df 为 1.515 (<3)，且 p 值小于 0.01，RMSEA 为 0.046 (<0.08)，SRMR 为 0.055

(<0.08), GFI 为 0.952 (>0.9), TLI 为 0.947 (>0.9), 各指标都在理想的范围内, 表明整体模型的拟合度较好。通过计算, 发现辱虐管理 (AVE=0.553, CR=0.861)、工作要求、焦虑水平与情绪智力的平均提取方差值 (AVE) 均大于 0.5, 组合信度 (CR, Construct Reliability) 均大于 0.7, 说明关键变量具有良好的内部一致性和组合信度。

表 2 整体模型

题项	因子载荷	AVE	CR
辱虐管理 Qin et al.（2018）			
1. 我会嘲笑我的下属	0.763	0.553	0.861
2. 我会告诉我的下属，他们的想法很愚蠢	0.683		
3. 我会贬低我的下属	0.803		
4. 我会说我下属的坏话	0.752		
5. 我会告诉我的下属，他是无能的	0.713		
工作要求 Karasek（1979）			
1. 您需要快速完成工作	0.825	0.710	0.945
2. 您需要努力完成工作	0.838		
3. 您觉得在工作时间难以完成工作任务	0.822		
4. 您的工作任务过多	0.878		
5. 您觉得工作所需时间较多	0.847		
6. 您的工作量很大	0.849		
7. 他人对您的工作要求经常相互矛盾和冲突	0.836		
焦虑水平 Derogatis（2010）			
1. 神经过敏，心中不踏实	0.899	0.775	0.954
2. 感到害怕	0.891		
3. 感到紧张或容易紧张	0.867		
4. 一阵阵恐惧或惊恐	0.912		
5. 感到坐立不安心神不定	0.878		
6. 感到要很快把事情做完	0.834		
情绪智力 Law et al.（2004）二阶因子，有四个一阶指标			
1. 自我情绪评价	0.775	0.506	0.803
2. 情绪管理	0.706		
3. 情绪运用	0.711		
4. 他人情绪评价	0.647		
χ^2/DF	783.049/517（算出结果）		
CFI	0.952		
TLI	0.947		
RMSEA	0.046		
SRMR	0.055		

此外, 对二阶变量情绪智力进行信效度分析, 相应的拟合指标 χ^2/df 为 1.499 (<3), 且 p 值小于 0.01, RMSEA 为 0.045 (<0.08), SRMR 为 0.040 (<0.08), GFI 为 0.972 (>0.9), TLI 为

0.966 (>0.9), 各指标都在理想的范围内, 表明情绪智力这一二阶变量的拟合度较好。每个题项对所属因子的载荷均大于 0.5, 表明具有较好的收敛性。其 4 个子维度自我情绪评价、情绪管理、情绪运用、他人情绪评价的 AVE 均大于 0.7, 说明该变量具有良好的内部一致性和组合信度。

4. 共同方法偏差检验

在程序控制方面, 本研究在进行问卷调查时采用匿名填写, 并在问卷发放时告知被调查者研究目的以消除其疑虑; 在统计控制方面, 本研究采用 Herman 的单因素检验, 将问卷中涉及的所有变量进行非旋转的探索性分析。抽取了 7 个特征值大于 1 的因子, 第一个因子的特征值为 9.120, 方差百分比为 26.822, 未超过建议值 50%。因此本研究不存在严重的共同方法偏差。

5. 相关分析

表 3 各变量的相关分析

相关分析类目 变量	均值	标准差	1	2	3	4
1.辱虐管理	1.801	0.873	1.000	0.171***	0.448***	0.291***
2.工作要求	4.556	0.917	0.171***	1.000	0.326***	-0.049
3.焦虑水平	2.986	1.045	0.448***	0.326***	1.000	0.400***
4.情绪智力	2.640	0.652	0.291***	-0.049	0.400***	1.000

*p<0.1;**p<.05;***p<.01 样本数: 245

从表 3中可以看出, 在控制了性别、年龄、婚姻状态、性格、职业等人口统计学变量后, 四个关键变量之间仍存在一定程度的相关性。此外, 辱虐管理与工作要求、焦虑水平显著正相关, 工作要求与焦虑水平同样显著正相关, 说明以上各变量间的相关关系均符合本研究的理论假设。

6. 主效应检验

根据表4所示, 从主效应模型中可以看出, 辱虐管理对管理者自身的焦虑水平具有显著的正向影响 ($B = 0.463$, $P < 0.01$) 且整体模型具有显著的预测作用 ($F = 12.41$ ***), 模型对因变量变异的程度的解释为 24.5%, 表示辱虐管理可以解释焦虑水平 24.5% 的变异。且辱虐管理与焦虑水平之间显著正相关。因此, 假设1 “管理者的辱虐管理行为对自身的焦虑水平具有显著正向影响” 得到验证。

表 4 回归分析结果

变量	模型	主效应模型	中介效应模型		调节效应模型
		焦虑水平	工作要求	焦虑水平	工作要求
自变量					
辱虐管理		0.463***	0.137*	0.422***	0.775***
中介变量					
工作要求				0.300***	
调节变量					
情绪智力					0.152
辱虐管理*情绪智力					-0.216**
控制变量					
性别		0.150	-0.224*	0.217*	-0.219*
年龄		-.177*	-0.010	-0.174*	-0.020
婚姻状况		-.039	0.213	-0.103	0.225
教育水平		0.007	-0.018	0.012	-0.040
职位		-0.098	0.024	-0.106	-0.006
任职时间		0.246***	0.085	0.221***	0.181**
AdjR-squared		0.245	0.032	0.311	0.066
F		12.41***	2.15**	14.74***	2.93***
N		245	245	245	245

* $p < 0.1$; ** $p < .05$; *** $p < .01$ 样本数: 245

7. 中介效应检验

上文的主效应模型分析已经得出结论：辱虐管理对管理者自身的焦虑水平有显著的预测作用 ($F = 12.41***$)，且辱虐管理对焦虑水平是显著正向影响 ($B = 0.463$, $P < 0.01$)，即系数 c 显著。根据表 4 所示，从中介效应模型可以看出，自变量辱虐管理对中介变量工作要求的影响是显著的 ($B = 0.137$, $P < 0.1$)，且整体模型具有显著的预测作用 ($F = 2.15**$)，即系数 a 显著。然后将自变量辱虐管理和中介变量工作要求同时带入模型，发现中介变量工作要求对因变量焦虑水平具有显著正向影响 ($B = 0.300$, $P < 0.01$)，且整体模型具有显著预测作用 ($F = 14.74***$) 即系数 b 同样显著，此时自变量辱虐管理对因变量焦虑水平仍然具有显著正向影响 ($B = 0.422$, $P < 0.01$)，即系数 c 显著。根据检验流程，得出工作要求在辱虐管理与管理者自身焦虑水平之间具有部分中介效应，即解释了辱虐管理和管理者自身焦虑水平之间的部分作用机制。此外，文本通过 Bootstrap 方法进一步检验中介效应的显著性。数据结果显示，工作要求在辱虐管理和管理者自身焦虑水平之间的中介效应在 95% 的置信区间为 (0.020, 0.096) 不包含 0，且中介效应的大小为 0.053，即工作要求在辱虐管理和管理者自身焦虑水平之间的中介效应是显著

的。因此，假设 2 “工作要求在辱虐管理和管理者自身焦虑水平具有中介效应”得到进一步验证。

8. 调节效应检验

如表 4 所示，根据调节效应模型显示，整体模型具有显著预测作用 (2.93^{***})，且交互项的回归系数显著 ($B = -0.216$, $P < 0.01$)，因此可以得出情绪智力在辱虐管理对管理者自身工作要求之间起到调节作用。因此，假设 3 “情绪智力在辱虐管理与管理者自身工作要求之间起负向调节作用”得到验证。

此外，为了进一步了解情绪智力对于辱虐管理和焦虑水平之间的关系的调节效应，根据 Aiken, West, 和 Reno (1991) 建议的方法，描绘在低情绪智力水平和高情绪智力水平下，辱虐管理对于自身焦虑水平的不同能够影响效果。结果如图 2 所示，当情绪智力水平较低时，代表辱虐管理对管理者自身工作要求的影响较强；当情绪智力水平较高时，代表辱虐管理对管理者自身工作要求的影响较弱。

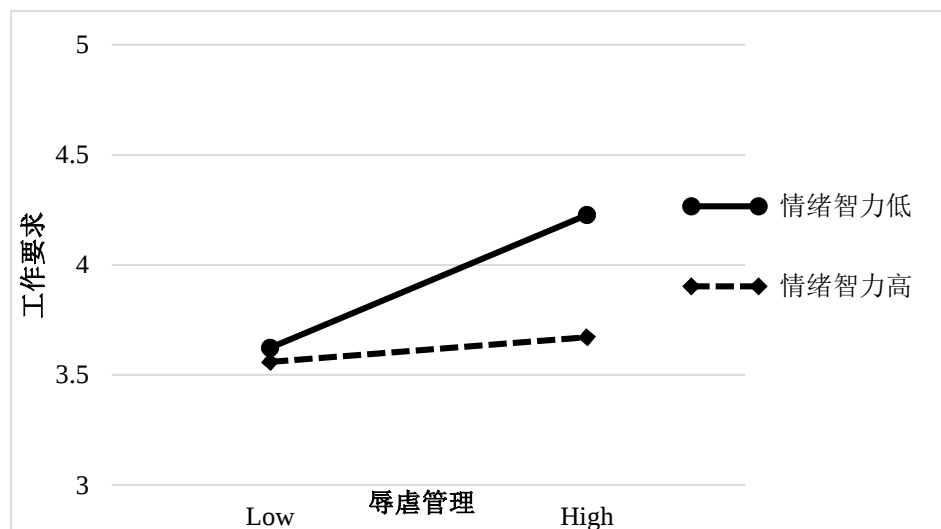


图 2 情绪智力在辱虐管理和工作要求之间的调节作用

最后，为了验证情绪智力对整个模型中介效应的调节作用，本研究利用 Mplus 6 构建结构方程模型，通过 Bootstrap 方法检验，检验了被调节的中介效应模型。结果如表 5 所示，可以发现调节变量从低水平到高水平，中介效应的作用效果反而逐渐减弱，且显著。更进一步，通过比较高水平情绪智力下中介效应与低水平情绪智力下中介效应的差值，发现中介效应同样显著，在 95% 的置信区间为 $(-0.216, -0.003)$ 不包含 0，而且 P 值小于 0.1。因此，假设 4 “情绪智力对工作要求在辱虐管理与自身焦虑水平之间的中介效应具有调节效应”得到验证。

表 5 调节中介的 Bootstrap 检验

自变量、中介变量、因变量 调节变量程度	辱虐管理→工作要求→焦虑水平				
	系数	S.E.	P-Value	95% CI (低)	95% CI (高)
情绪智力低	0.301	0.142	0.020	0.065	0.633
情绪智力高	0.209	0.089	0.034	0.061	0.417
情绪智力高-情绪智力低	-0.093	0.053	0.083	-0.216	-0.003

样本数: 245

本章对辱虐管理影响管理者自身焦虑水平的机制进行了实证研究,以验证本研究在理论分析基础上得到的概念模型和研究假设。运用 SPSS21.0 等统计软件对回收的 245 份有效问卷进行数据分析,最终的 4 个研究假设都通过了检验。

总结与讨论

辱虐管理行为对管理者自身焦虑水平具有显著正向影响。管理者感知的工作要求在辱虐管理行为与管理者自身焦虑水平之间具有中介效应。情绪智力在辱虐管理与管理者自身工作要求之间起负向调节作用;即情绪智力高的管理者,可以削弱辱虐管理对管理者自身工作要求的影响,反之则反。情绪智力对工作要求在辱虐管理与自身焦虑水平之间的中介效应具有调节效应;即情绪智力高的管理者,可以削弱工作要求在辱虐管理与管理者自身焦虑水平之间的中介效应,反之则反。

本研究的创新点在于:以往关于辱虐管理的结果研究,都是基于员工视角,探讨辱虐管理对员工行为和结果的影响。从 2018 年开始,随着对辱虐管理研究的不断深化,学者们对辱虐管理的研究开始从员工视角转移到辱虐管理者自身视角的研究。目前有关辱虐管理对管理者自身影响的研究及其有限,仅有的研究发现,辱虐管理行为虽然短时间能保存管理者工作资源,转移管理者所感受到的工作压力,但从长时间看,对管理者的工作资源是一种损耗,对其工作投入、工作满意度都有坏处 (Qin et al., 2018)。在此基础上,我们探讨了辱虐管理对辱虐管理者自身的危害。通过研究发现,辱虐管理行为会导致辱虐管理者自身工作要求的增加,进而导致自身焦虑水平的提升。因此,我们的研究弥补了以往研究的不足,并且理清了辱虐管理对管理者自身焦虑水平影响的具体作用机制,丰富了有关辱虐管理对管理者自身影响的研究。此外,也是对 Qin et al. (2018) 研究的进一步拓展,实证研究发现辱虐管理确实对管理者自身存在着很大的负面影响。另外,本研究也是响应了 Lanaj, Johnson, 和 Lee (2016) 和 Lin, Ma, 和 Johnson (2016) 的号召,是探讨领导行为对领导者自身影响的有力尝试。最后,我们的研究还发现,辱虐管理对管理者自身负面的影响也是存在边界条件的,根据管理者自身情绪智力的差异,辱虐管理对管理者自身负面影响的大小也不同,如果管理者具有较高情绪智

力水平，辱虐管理对他们自身的负面影响较小，如果管理者情绪智力水平较低，那么辱虐管理行为对其自身的负面影响会随着加剧。

为了更好地控制组织中辱虐行为的发生，并且将辱虐管理这种领导行为的影响控制到最低，首先，对于公司政策的制定者来说，应该鼓励管理者多与同事进行沟通和交流。通过与同事的分享，得到社交支持，获得同事带有正能量的关心，可以让管理者释放掉负面的情绪，减少焦虑，从而保持一个较高的工作复原水平。其次，由于情绪智力往往可以通过后天培训而提高，所以有辱虐倾向的管理者可以参加一些情绪智力方面的培训，从而增强与员工的人际互动能力和心理自我调适能力，降低辱虐管理的消极影响。

References

- Antony, M. M., Bieling, P. J., Cox, B. J., Enns, M. W., & Swinson, R. P. (1998). Psychometric Properties of the 42-Item and 21-Item Versions of the Depression Anxiety Stress Scales in Clinical Groups and a Community Sample. *Psychological Assessment*, 10(2), 176-181.
- Bingdoulinglong. (2010). *Many Employees Jumped Off the Building One after Another Because of the Heavy Pressure from Foxconn*. Retrieved June 15, 2019, from http://www.xilu.com/zhuanti/my_3414/
- Burris, E. R., Detert, J. R., & Chiaburud, D. S. (2008). Quitting Before Leaving: The Mediating Effects of Psychological Attachment and Detachment on Voice. *Journal of Applied Psychology*, 93(4), 912-922.
- Derogatis, L. R., & Unger, R. (2010). *Symptom Checklist-90-Revised: John Wiley & Sons, Inc.* Retrieved June 15, 2019, from https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9780470479216.corpsy09_70
- Farh, C. I. C., & Chen, Z. (2014). Beyond the Individual Victim: Multilevel Consequences of Abusive Supervision in Teams. *Journal of Applied Psychology*, 99, 1074-1095.
- Harris, K. J., Kacmar, K. M., & Zivnuska, S. (2007). An Investigation of Abusive Supervision as a Predictor of Performance and the Meaning of Work as a Moderator of the Relationship. *The Leadership Quarterly*, 18(3), 252-263.
- Henry, J. D., & Crawford, J. R. (2005). The Short-Form Version of the Depression Anxiety Stress Scales (DASS-21): Construct Validity and Normative Data in a Large Non-Clinical Sample. *British Journal of Clinical Psychology*, 44, 227-239.
- Hooijberg, R., Hunt, J. G., & Dodge, G. E. (1997). Leadership Complexity and Development of the Leaderplex Model. *Journal of Management*, 23(3), 375-408.
- Karasek, R. A. (1979). Job Demands, Job Decision Latitude, and Mental Strain-Implications for Job Redesign. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 285-308.

- Lanaj, K., Johnson, R. E., & Lee, S. M. (2016). Benefits of Transformational Behaviors for Leaders: A Daily Investigation of Leader Behaviors and Need Fulfillment. *Journal of Applied Psychology, 101*(2), 237-251.
- Law, K. S., Wong, C. S., & Song, L. J. (2004). The Construct and Criterion Validity of Emotional Intelligence and Its Potential Utility for Management Studies. *Journal of Applied Psychology, 89*(3), 483-496.
- Lin, S. H. J., Ma, J., & Johnson, R. E. (2016). When Ethical Leader Behavior Breaks Bad: How Ethical Leader Behavior Can Turn Abusive Via Ego Depletion and Moral Licensing. *Journal of Applied Psychology, 101*(6), 815-830.
- Martinko, M. J., Harvey, P., Brees, J. R., & Mackey, J. (2013). A Review of Abusive Supervision Research. *Journal of Organizational Behavior, 34*(S1), S120-S137.
- Priesemuth, M., Schminke, M., Ambrose, M. L., & Folger, R. (2014). Abusive Supervision Climate: A Multiple-Mediation Model of Its Impact on Group Outcomes. *Academy of Management Journal, 57*(5), 1513-1534.
- Qin, X., Huang, M. P., Johnson, R. E., Hu, Q. J., & Ju, D. (2018). The Short-Lived Benefits of Abusive Supervisory Behavior for Actors: An Investigation of Recovery and Work Engagement. *Academy of Management Journal, 61*(5), 1951-1975.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality, 9*(3), 185-211.
- Sun, J., Wang, M., & Wang, Z. (2013). The Influence of Abusive Management on Subordinates' Performance and Turnover Intention: The Role of Leaders and Power Distance. *Journal of Business Economics, 3*, 45-53. [in Chinese]
- Tepper, B. J. (2000). Consequences of Abusive Supervision. *Academy of Management Journal, 43*(2), 178-190.
- Tepper, B. J. (2007). Abusive Supervision in Work Organizations: Review, Synthesis, and Research Agenda. *Journal of Management, 33*, 261-289.
- Tetlock, P. E., Kristel, O. V., Elson, S. B., Green, M. C., & Lerner, J. S. (2000). The Psychology of the Unthinkable: Taboo Trade-Offs, Forbidden Base Rates, and Heretical Counterfactuals. *Journal of Personality and Social Psychology, 78*, 853-870.
- Wu, W., Wang, W., & Liu, J. (2012). Abusive Supervision, Psychological Security Perception and Employee Voice Behavior. *Journal of Management, 1*, 57-63. [in Chinese]
- Xi'an Evening News community life. (2018). 29 year old doctor of Xi'an Jiaotong University committed suicide. Retrieved June 15, 2019, from https://www.sohu.com/a/217649037_348931
- Zhang, Y., & Bednall, T. C. (2015). Antecedents of Abusive Supervision: A Meta-Analytic Review. *Journal of Business Ethics, 139*(3), 455-471.



Name and Surname: Yang Xu

Highest Education: Doctoral Candidate

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration



Name and Surname: Songbai Liu

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration

企业创新能力、创新投入与绩效的关系之探究：

医药制造业公司为例

EXPLORATION ON THE RELATIONSHIP BETWEEN INNOVATION CAPABILITY, INNOVATION INPUT AND CORPORATE PERFORMANCE: A SAMPLE OF PHARMACEUTICAL MANUFACTURING

梁婷¹, 王珊珊²

Ting Liang¹, Shanshan Wang²

¹正大管理学院中国研究生院, ²广西白色学院

¹Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

²Baise University, China

Received: January 17, 2020 / Revised: July 10, 2020 / Accepted: July 20, 2020

摘要

本文以 2008-2018 年中国沪深两市医药制造业上市公司为研究样本, 主要研究企业创新能力对创新投入与绩效之间的关系。运用 Stata 15.0 分析软件, 实证检验了创新投入与企业绩效的关系, 企业创新投入与企业创新能力的关系, 企业创新能力对企业创新投入与企业绩效的中介作用。本文的实证模型区别于以往实证研究中过分强调和广泛使用的研发投入与企业绩效间的直接、单向效应的线性回归模型, 考虑到了现实中创新投入对企业绩效的影响存在的滞后效应, 丰富和扩展了研发投入与企业绩效相关性的实证研究模型和方法。研究表明: 创新投入对医药企业绩效有显著的正向促进作用; 创新投入对企业创新能力有显著的正向促进作用; 企业的创新能力对企业创新投入与企业绩效的关系中有部分中介效应。有助于企业探究企业创新投入对企业绩效作用机理, 进而丰富和完善企业创新理论, 从而提高企业的绩效。

关键词: 创新投入 创新能力 企业绩效 医药企业

Abstract

This paper takes the listed companies in the pharmaceutical manufacturing industry in Shanghai and Shenzhen in 2008-2018 as research samples to study the relationship between enterprise innovation ability, innovation investment and performance. Stata 15.0 analysis software was used to empirically test the relationship between innovation investment, and enterprise performance, the relationship between innovation investment and enterprise innovation ability, and the intermediary role of innovation ability on enterprise innovation investment, and enterprise performance. The empirical model of this paper differs from previous empirical studies overemphasized and widely used in the research and development investment and enterprise performance directly, one-way effect between the linear regression model, and takes into consideration the reality of the innovation of the lag effect of the existence of influence in enterprise performance, enriched and expanded the research and development investment and enterprise performance correlation models and methods of empirical research. The results showed that innovation investment has a significantly positive role in promoting the performance of pharmaceutical enterprises; innovation investment has a significantly positive role in promoting the innovation ability of enterprises; the innovation ability of enterprises has an intermediary effect on the relationship between innovation investment and corporate performance. The results should be helpful for enterprises to explore the mechanism of innovation input on enterprise performance, enrich and perfect the theory of enterprise innovation, and improve corporate performance.

Keywords: Innovation Investment, Innovation Ability, Corporate performance, Pharmaceutical Enterprise

引言

随着资源节约型社会的发展建设、人口红利的消失，之前长期沿用的资源依赖型发展模式已不再适应现代市场经济发展环境，向科技求发展、创效能，成为现代市场经济发展的新趋势，同时也是现代企业发展的必然途径。庞大的人口基数和不断提升的经济发展水平使中国成为全球医药企业向往的最具潜力的市场。坚持资源基础理论的学者认为：企业是各种资源的集成体，资源占有比例和资源结构模式足以决定企业的竞争优势，企业所拥有的特质性资源越多，质量越优，企业的竞争优势越显著。R&D 对于企业效益发展具有独特价值。

作为一种高度依赖高新科技与技术创新的行业类型，科技发展速度与企业创新能力足以决定医药行业发展水平。近年来，随着中国科技创新速度的不断提升与企业研发能力的增加，中国医药行业的发展水平有了显著提升，但是与西方经济发达国家相比还存在显著差距。本文选取医药企业作为研究对象，医药制造业作为高新技术产业之一，企业创新投入远远高于其他高薪技术产业。医药行业是典型的 R&D 推动型产业，与一般行业主要依靠规模经

济和成本优势获取竞争优势相比, 专利新药是医药企业最具国际竞争力的竞争手段。当前中国的医药企业创新能力较弱, 与发达国家仍存在显著差距。为了改善医药企业绩效, 让创新能力实现“质”的飞跃, 如何激励企业研发投入更好地转变为创新能力, 继而提升企业的绩效是值得思考的问题。本研究改变传统的单一维度指标, 丰富并完善创新投入的评价方法。绝大多数传统的研究中只关注研发的资金投入而忽视人力投入, 而企业创新投入之所以能够产生绩效与企业人员投入的创新努力密不可分。在以往的对于企业创新投入与绩效之间的研究中仅考虑单一的线性回归, 本文从经济学中“投入—产出”的效率视角, 构建了“带滞后、二元一次项”中介的回归模型, 并进一步构建检验中介效应和分步回归模型, 丰富和扩展了研发投入与企业绩效相关性的实证研究模型和方法。本次课题研究对医药企业创新投入、医药企业创新能力、医药企业绩效三者间是否存在内在相关性进行了考察, 对创新能力在创新投入与企业绩效间的传导作用进行了验证, 旨在为那些在创新道路上探索的医药企业提升创新效益提供有效指导。

文献综述

企业创新投入与企业绩效

上世纪 80 年代初, “Perspective Based” 一词首次出现在 Wernerfelt (1984) 的个人发表研究著作中, 代表了资源基础理论的诞生。其理论创始人 Wernerfelt (1984) 认为: 是各种不同类型的资源构成了企业组织, 企业资源的质量优劣及组合模式决定了企业的竞争禀赋。企业所占有的异质性资源数量越多, 质量越优, 企业的竞争优势越突出。Griliches (1981) 以美国大型制造企业为研究对象, 对研发投入与企业收益之间的内在联系进行了重点研究, 发现企业生产力能够有效吸收研发投入, 并作为介质将其转化为企业收益。Kletter (1996) 以 400 家挪威制造企业为研究对象, 从不同维度出发对目标企业在特定时间段内的研发投入与产出量进行了数据分析研究, 研究发现, 研发投入量与产出量存在显著的正相关。中国学者 Wang 和 Guo (2008) 研究发现 R&D 投入具有滞后性和累积效果并且对盈利能力作用明显。Stam 和 Wennberg (2009) 采用回归分析法, 对近 650 家荷兰企业进行了创新投入课题研究, 研究结论显示, 与处于上升期的企业相比, 创新投入在企业初创期的业绩提升效果更为显著。Luo, Zhu, 和 Li (2009) 以中国知名医药上市企业为研究对象, 对目标企业在特定时间段内的创新投入指数与利润率指数变化情况进行了对比研究, 研究结论显示: 如目标企业在特定时间段内的创新投入出现了显著上升, 公司利润也会上浮; Ehie 和 Olibe (2010) 选取数家美国制造企业和服务企业为研究对象, 对目标企业近 20 年的 R&D 投入水平与企业市场价值的涨跌情况进行了研究, 研究发现, 在剔除其他相关因素对企业市场价值的影响后, R&D 投入对企业市场价值的影响最为显著, 且不受市场宏观经济环境干扰。在创新投入的滞后效应方面, Falk (2012) 研究发现研发投入强度与滞后 1 期的销售增长率显著正相关。Yang (2015) 选用 352 家跨行业上

市公司进行固定效应模型实证分析,结论认为研发投入与企业绩效的一年滞后项呈现显著的正相关关系。通过对现有文献梳理发现国内外学者对滞后效应的研究通常将被解释变量值滞 1-2 期进行。

通过对以上文献的梳理,本文发现企业的创新投入与企业的绩效之间的关系,一直以来受到各国学者的广泛关注,并且企业创新投入对企业绩效正相关关系中存在着滞后效应。

企业创新投入与企业创新能力

节约型社会的建设使知识创新成为经济发展的新驱动,只有利用先进知识进行技术革新、以最少量的资源和生产要素换取价值增长,才能实现经济效益的稳步提升。创新投入对于经济建设的特殊意义吸引越来越多的学者参与该领域研究。Freeman (1976) 在技术层面上定义企业的创新能力,他认为企业创新能力表现在能够实现新产品市场化及新技术工艺商品应用化。根据国内外学者的研究,以及本文选取研究的企业特点,本文的创新能力指企业技术创新能力。从现有研究结论来看,绝大多数学者将研发投入金额、员工与专利申请数量视为企业创新投入与企业创新能力出的两大指征,进行企业创新投入研究,通过研发投入金额与专利申请数量的同步增长来证明企业创新投入与企业创新能力之间存在显著相关性。Muellen (1996) 通过对目标企业进行生产数据研究,再次印证了上述结论。Hall 和 Ziedonis (2001) 以知识生产函数优化模型为工具,以数家美国制造企业为代表,对美国制造行业的研发投入与创新效益进行了数据研究,研究结果显示:研发投入量增加能够有效带动创新能力效益提升。Guan, Qu, 和 Wang (2013) 等基于深圳中小板上市公司经验数据的实证分析表明,研发补贴类别的研发投入与专利产出间存在正向调节作用。Sun 和 Wang (2017) 以中国中小型科技企业为研究对象,对目标企业不同时期的创新投入指数与创新能力指数进行了对比分析,分析结果显示研发投入增加能够有效刺激企业创新能力增长。上述学者所进行的研究印证了创新投入所具有的于企业创新能力效益的推动作用。

通过对以上文献的梳理,本文发现企业的创新投入与企业绩效之间存在显著的正相关关系。

企业创新能力与企业绩效

企业能力理论认为企业能力是决定企业竞争优势、进而决定企业绩效的关键因素。Teece, Pisano, 和 Shuen (1997) 在研究中发现,企业资源能够被掠夺,而企业能力却无法被竞争对手占有,企业能力在市场竞争中发挥着无可替代的作用,因此只要不断提升企业能力,企业便能在市场竞争中取胜。Ford (2006) 通过获取 150 家中国制造业企业的数据,研究发现企业创新能力越强,企业绩效水平就越高。中国学者 Zhou, Cheng, 和 Wang (2012) 研究用专利申请数据作为创新能力的衡量指标,基于制药行业专利申请数据库,从数量和质量两个角度研究企业

创新对绩效的影响,通过逐步回归研究证明,创新数量水平高或创新质量水平高的企业均能显著提高企业绩效。

通过对以上文献的梳理发现,已有研究对于企业创新能力和企业绩效的关系已做了较多研究,现有研究中大多选取某一方面的指标(如申请专利数、专利授权数等)作为创新能力的替代变量,通过其与企业绩效的回归分析来探究两者之间的关系,经过以往学者的研究发现企业创新能力对企业绩效之间存在显著的正相关关系。

基于以上学者的研究成果和观点,本文认为企业创新投入通过转化为企业的技术创新能力,进而影响企业绩效。企业创新能力在企业创新投入与企业绩效之间存在中介效应。

研究设计

研究样本

本文选取在中国上海证券交易所和深圳证券交易所 A 股上市的医药制造企业 2008 年-2018 年的面板数据,为了确保数据的有效性,本文对选取样本进行了筛选剔除了(1)连续三年未公布研发数据的企业。(2)PT 类和 ST 类企业。(3)数据严重缺失的公司样本。这些数据均为企业年报公布的数据,主要来源于国泰安数据库、上海证券交易所网站和深圳证券交易所网站,部分数据经年报通过手工摘录整理。

研究方法

文献研究法

通过中国知网 (CNKI)、谷歌学术 (Google Scholar)、斯普林格 (Springer) 等数据库查阅企业创新、企业绩效的相关文献资料,为研究奠定理论基础。

描述性统计

运用描述性统计分析中国医药上市公司研究变量的相关数据进行整理、统计、分析、总结并得出结论。

相关分析

相关分析就是对总体中确实具有联系的标志进行分析,其主体是对总体中具有因果关系标志的分析。它是描述客观事物相互间关系的密切程度并用适当的统计指标表示出来的过程。

回归分析

通过回归分析,确定企业创新投入与企业绩效之间的关系,企业创新投入与企业创新能力之间的关系,并根据 Baron 和 Kenny (1986) 在关于中介效应分析中提出的“因果步骤法”,分析企业创新能力对企业创新投入与企业绩效的中介效应。

研究假设与模型

根据资源基础学派的核心观点是：企业是由一系列资源组成的集合，企业的竞争优势来源于企业拥有的资源，尤其是异质性资源。R&D 投入作为企业的一项重要资源，对企业的经济绩效具有重要的促进作用。R&D 投入与企业经济绩效的正相关关系已被许多领域的研究所证实。Mansfield (1986) 研究发现企业 R&D 投入与企业绩效之间存在正相关性。Teece, Pisano, 和 Shuen (1997) 认为，由于企业能力难以被复制和模仿，因而能够促进企业形成可持续的竞争优势，并长期地提升其绩效。Falk (2012) 研究发现研发投入强度与滞后 1 期的销售增长率显著正相关。Muellen (1996) 运用产业数据，对研发投入与专利数量进行了实证分析，得出两者显著正相关的结论。中国学者 Wang 和 Guo (2008) 提出 R&D 投入具有滞后性和累积效果，对盈利能力作用明显。Ehie 和 Olibe (2010) 分析了 1990-2007 年间美国公司的 R&D 与其市场价值的关系。在控制了企业规模、产业集中度、财务杠杆后，发现不论是否出现较大的经济动荡，R&D 投资对服务业和制造业企业的绩效都有积极影响。Sun 和 Wang (2017) 分别对中国省级中小企业以及高新技术企业面板数据，运用知识生产函数进行实证分析得出，研发投入与技术创新能力之间存在显著的正相关关系。Ford (2006) 通过获取 150 家中国制造业企业的数据，研究发现企业创新能力越强，企业绩效水平就越高。通过上述文献分析发现企业创新投入对企业绩效有滞后的正相关关系；企业创新投入对企业技术创新能力具有正相关关系；企业技术创新能力能显著提高企业绩效。

基于此，提出如下假设：

假设 H1：企业的创新投入与企业的绩效显著正相关，即企业的创新投入越多企业的创新绩效越高

假设 H2：企业的创新投入与企业的创新能力显著正相关，即企业的创新投入越多企业的创新能力越强

假设 H3：企业创新能力对企业创新投入与企业创新绩效相关性具有中介效应。

基于以上分析，本文构建了企业创新投入，企业创新能力与企业绩效三者之间的概念模型，如图一所示。

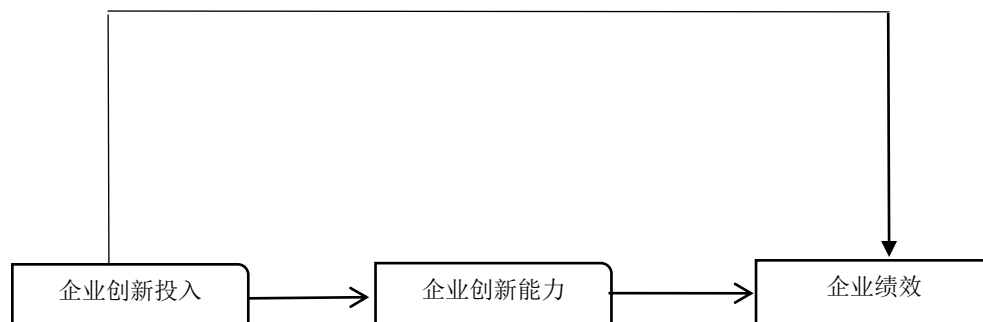


图 1 研究框架模型

变量的取值

在实证研究中, 学者们倾向于将企业研发投入强度的大小作为衡量企业创新投入变量的指标。企业研发 (R&D) 投入包括资金投入和人员投入。研发 (R&D) 的资金投入是指在研发活动的整个过程中, 所产生的与研发活动相关的一切费用支出。创新投入作为本文的自变量, 根据国内外学者的研究, 本文采用企业研发强度 RDI (研发投入费用/员工的自然对数) 来衡量企业的创新投入。

根据企业创新能力测量的文献的梳理, 结合本文研究所选取的企业, 本文以技术创新能力来测量企业创新能力, 本文采用专利授权数量等指标来衡量企业的创新能力。

根据对企业绩效 (Corporate Performance) 测量的相关文献梳理, 企业绩效主要包括财务绩效和市场绩效, 结合本文所选取的企业, 选择长期绩效 Tobin's Q 作为衡量企业绩效的指标, 由于所选医药企业的创新投入研发周期较长, 研究对 Tobin's Q 滞后一期的影响。

企业的研发创新与企业绩效必然受到其他因素影响, 企业成长性 (GROWTH) 衡量公司发展速度的重要指标, 企业资产负债率 (LEV) 衡量企业利用债权人提供资金进行经营活动的能力, 流动资产比率 (CAR) 衡量企业流动资产占所有者权益的比例, 以上三个控制变量都为影响企业创新投入的重要指标, 基于此同时在借鉴其他学者的研究基础上, 本文确定以上三个变量及年度虚拟变量 (YEAR) 为本文控制变量, 各变量具体计算方法如表 1 所示。

表 1 各变量的定义及计算方法

变量名称	变量符号	计算方法
企业绩效	Tobin's Q	(年末流通市值+非流通股本或限售股×每股净资产+总负债)/总资产
创新投入	RDI	R&D 投入/员工人数的自然对数
创新能力	Patents	专利授权数量
企业成长性	GROWTH	主营业务收入增长率对成长性进行测度
企业资产负债率	LEV	总负债/总资产测度
流动资产比率年份	CAR	流动资产/总资产
	YEAR	设置年度虚拟变量, 当公司属于年度 k 时取值 1, 否则取值为 0。

研究结果

相关变量的描述性统计分析

从表 2 可知, 各变量间样本容量由于存在空缺值, 故存在差异。样本企业的企业绩效 Tobin's Q 的最小值为 0.0465, 说明研究样本中某些年份企业创造的价值小于投入的资产的成本, 企业存在亏损情况, 最大值为 26.8189, 标准差为 2.0979, 由此可见样本企业 Tobin's Q 存

在明显差异。对于企业创新投入的衡量指标 RDI，最大值为 12.7631，最小值为 0，标准差值为 1.2174，说明各企业间的差异较大，说明各企业之间创新投入开展得不均衡。关于中介变量企业创新能力衡量指标专利授权数 Patents，最大值为 394，最小值为 1，标准差为 38.494，也是反应样本企业中创新能力存在明显差异，由此可知样本企业的创新能力有待加强。关于控制变量，企业的成长性 GROWTH 差异最大，标准差为 0.3176，最小值为 -0.4811，最大值为 4.5661，由此可见不同样本企业的营业收入增长差异很大，但总体营业收入增长率较高。企业资产负债率 LEV，最小值为 0，说明研究样本中企业财务状况良好，但营销能力不足，在资金利用方面没有合理利用负债融资，最大值为 0.8858，标准差为 0.1873，由此可知不同样本企业对企业负债融资的需求不同。企业的流动资产比率 CAR，最小值为 0，说明研究样本中企业出现连续的亏损，或巨额亏损情况，最大值为 0.983，标准差为 0.1705，由此可知不同样本企业的流动资产差异巨大。

表 2 各变量描述性统计分析结果

Variable	N	Min	Max	Mean	Std Dev
Tobin's Q	1210	0.0465	26.8189	2.4177	2.0979
RDI	1170	0	12.7631	9.9623	1.2174
Patents	804	1	394	19.34	38.494
GROWTH	1210	-0.4811	4.5661	0.2104	0.3176
LEV	1210	0	0.8858	0.3126	0.1873
CAR	1210	0	0.983	0.5848	0.1705

相关分析

为初步检验不同变量之间的关系，对各变量进行了相关性分析，其中，并对相关系数进行了显著性检验，如果其 P 值<0.05，在该相关系数右上角标记“*”，如果其 P 值<0.01，在该相关系数右上角标记“**”，不做标记的表示该相关系数并不显著。Pearson 相关系数及显著性表示在表的左下角，而 Spearman 相关系数及显著性标识在表的右上角，相关性分析和相关性检验结果如表 3 所示，总体来说各变量之间呈现不同的相关关系，且比较显著。此外，模型中各解释变量之间的相关系数绝对值普遍低于 0.4，说明解释变量间相关性不强，因此模型不会出现严重的多重共线性问题。

表 3 相关性分析结果

	Tobin's Q	RDI	Patents	GROWTH	LEV	HHI	CAR
Tobin's Q	1	.135**	.071*	-0.051	-.272**	-.105**	.062*
RDI	.135**	1	.085*	0.047	-.293**	-.104**	-0.053
Patents	.071*	.085*	1	0.035	.139**	-0.05	0.018
GROWTH	-0.051	0.047	0.035	1	0.021	-0.015	0.019
LEV	-.272**	-.293**	.139**	0.021	1	-0.009	-.163**
CAR	.062*	-0.053	0.018	0.019	-.163**	.099**	1

**、在 0.01 级别（双尾），相关性显著；*、在 0.05 级别（双尾），相关显著。

回归分析

回归模型的构建

为了检验前面提出的研究假设，构建以下 3 个待检验的回归模型

$$Tob_{it} = \alpha_i + \beta_t + \gamma_1 RDI_{i(t-1)} + \gamma_2 GROWTH_{i(t-1)} + \gamma_3 LEV_{i(t-1)} + \gamma_4 CAR_{i(t-1)} + \sum year + \varepsilon_{it}$$

（模型 1）其中，被解释变量为企业的绩效 Tobin's Q，解释变量为企业的创新投入 RDI，其余的为控制变量。

$$Pat_{it} = \alpha_i + \beta_t + \gamma_1 RDI_{it} + \gamma_2 GROWTH_{it} + \gamma_3 LEV_{it} + \gamma_4 CAR_{it} + \sum year + \varepsilon_{it}$$

（模型 2）其中，被解释变量为企业创新能力 patent，解释变量为企业的创新投入 RDI，其余的为控制变量。

$$Tob_{it} = \alpha_i + \beta_t + \gamma_1 RDI_{i(t-1)} + \gamma_2 Pat_{i(t-1)} + \gamma_3 GROWTH_{i(t-1)} + \gamma_4 LEV_{i(t-1)} + \gamma_5 CAR_{i(t-1)} + \sum year + \varepsilon_{it}$$

（模型 3）其中，被解释变量为企业绩效 Tobin's Q，解释变量为企业的创新投入 RDI，中介变量为企业创新能力 patent，其余的为控制变量。

企业创新能力、企业创新投入与企业绩效的关系

由表 5 可知, 模型 1 的 F 统计量在 0.1% 的水平上显著, 表明回归方程的结果基本可信。企业的创新投入 (RDI) 与企业绩效 (Tobin's Q) 的回归系数为 0.0516, 且在 0.5% 水平上显著, 充分证明企业创新投入对企业绩效有显著的正向促进作用, H1 得到验证。

模型 2 的 F 统计量在 0.1% 的水平上显著, 表明回归方程的结果基本可信。企业创新投入 (RDI) 与企业创新能力 (Patents) 的回归系数为 0.0004, 且在 0.1% 水平上显著, 充分证明企业创新投入对企业创新能力有显著的正向促进作用, H2 得到验证。

模型 3 的 F 统计量在 0.1% 的水平上显著, 表明回归方程的结果基本可信。step_1 中企业的创新投入 (RDI) 与企业绩效 (Tobin's Q) 的回归系数为 $c=0.0516$, 且在 0.5% 水平上显著; step_2 企业创新投入 (RDI) 与企业创新能力 (Patents) 的回归系数为 0.0004, 且在 0.1% 水平上显著; step_3 中企业创新投入 (RDI) 与企业绩效 (Tobin's Q) 的相关系数为 $c'=0.0408$, 且在 1% 水平上显著, $c>c'>0$ 依然具备统计显著性, 企业创新投入 (RDI) 与企业创新能力 (Patents) 的回归系数为 $26.5228>0$, 根据中介效应检验原理说明企业的创新能力对企业的创新投入与企业绩效之间关系具有部分中介效应, H3 得到验证。

表 4 企业创新能力对企业创新投入与企业绩效的中介效应检验结果

Variable	Tobin's Q step_1	Patents step_2	Tobin's Q step_3
RDI	0.0516** (2.14)	0.0004*** (2.74)	0.0408* (1.71)
Patents			26.5228*** (5.12)
GROWTH	-2.3903 (-0.10)	-0.061 (-0.47)	0.6578 (0.03)
LEV	-585.5613*** (-8.68)	-1.9545*** (-5.21)	-526.3959 *** (-7.78)
CAR	-184.8915*** (-2.64)	-1.2067*** (-3.09)	-154.0395** (-2.22)
YEAR	control	Control	control
Observation value	1100	1210	1100
Adj- R	0.3248	0.3488	0.3418
F	50.05***	55.04***	49.54***

*** $p<0.01$, ** $p<0.05$, * $p<0.1$ (双尾)

从表 4 并结合各变量间的相关分析发现,企业的成长性与企业绩效、企业创新能力成负相关关系,但当加入企业创新投入时与企业绩效及企业创新能力成正相关关系。企业成长性属于微观经济领域的范畴,与宏观经济领域的“发展性”相对而言。企业成长性是企业的附加值不断增加、企业不断增值的能力,既包括长期盈利能力,也包括企业资产包括无形资产的不断增值能力。但本文所选取的企业创新能力主要考虑为技术创新能力的衡量指标为专利数,未将无形资产考虑在内,故而可能呈现以上关系。

综上所述,本文通过创新理论视角分析认为,企业的创新投入能够有效地提升企业创新能力与企业绩效,从中介效应检验的结果来看,企业的创新投入影响企业的绩效,而企业创新能力一方面是企业创新投入结果的反应,另一方面也会引起企业绩效的变化。也就是说,企业的创新投入有一部分是通过企业的创新能力对企业绩效产生了作用。因此,本文认为在研究企业的创新投入与企业绩效的关系研究中,不能忽视企业创新能力的中介作用。

研究结论

本文以中国医药制造业上市公司为研究样本,选取 2008-2018 的数据进行研究,分析企业创新投入、企业创新能力和企业绩效三者之间关系,得出以下结论:(1)创新投入与企业绩效显著正相关,且创新投入对企业绩效的影响存在明显的滞后效应;(2)企业创新投入对企业创新能力显著正相关,即企业创新投入越多企业创新技术创新能力越强;(3)企业创新能力对企业创新投入与企业绩效之间关系存在部分中介效应,即企业创新投入通过转化为企业创新能力,从而提高企业绩效,但存在滞后效应。

讨论

基于本文实证研究的结果,可以看出医药行业的创新研发具有高投入、高风险和高回报的特征,因此对于医药企业来说应保证研发费用的持续投入,从而提升长期绩效,提高企业价值。因此,企业应该制定合理的创新投入计划,才能提高企业的技术创新能力。同时,企业的创新投入对企业绩效的影响一般具有滞后性,故企业必须连续不断地进行创新投入才能给企业带来良好的绩效。在今后的研究中,还需要深入探讨企业创新能力有效性在企业创新投入与企业绩效关系之间的中介效应问题。未来研究可借鉴经济学中“投入—产出”的效率视角,构建出企业创新能力有效性的多维度综合评价指标,对企业创新投入效率进行衡量及评价。对于隐性的创新能力产出,现阶段无法从现有的财务指标中得到准确的度量,未来是否可通过采用问卷等方法获得数据。

References

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Ehie, I. C., & Olibe, K. (2010). The Effect of R&D Investment on Firm Value: An Examination of US Manufacturing and Service Industries. *International Journal of Production Economics*, 128(1), 127-135.
- Falk, M. (2012). Quantile Estimates of the Impact of R&D Intensity on Firm Performance. *Small Business Economics*, 35(2), 1-9.
- Ford, C. (2006). Improving Operating Performance of Genesis. *Current to Pinion in Technology*, 26(4), 165.
- Freeman, C. (1976). *The Economics of Industrial Innovation*, Penguin Modern Economics Texts. Mexico City: Fondo De Cultura Económica.
- Griliches, Z. (1981). Market value, R&D? And Patents. *Economics Letters*, 7(2), 183-187.
- Guan, Y. J., Qu, M., & Wang, Y. (2013). Research on the Relationship Between R&D Input and Patent Output Based on the Category of R&D Subsidy - Based on the Empirical Evidence of Listed Enterprises in Shenzhen Small and Medium-Sized Board. *Industrial Technology Economy*, (4), 25-33. [in Chinese]
- Hall, B. H., & Ziedonis, R. H. (2001). The Patent Paradox Revisited: An Empirical Study of Patenting in the US Semiconductor Industry, 1979-1995. *Rand Journal of Economics*, 32(1), 101-128.
- Kletter, T. J. (1996). R&D, Scope Economies, and Plant Performance. *Rand Journal of Economics*, 27(3), 502-522.
- Luo, T., Zhu, Q., & Li, D. (2009). Analyzing the Relationship Between R&D Input and Company Value. *Financial Research*, (6), 100-110. [in Chinese]
- Mansfield, E. (1986). The R&D Tax Credit and Other Technology Policy Issues. *The American Economic Review*, 76(2), 190-194.
- Muellen, D. C. (1996). Patents, Research and Development, and the Measurement of Inventive Activity. *Journal of Industrial Economics*, 15(1), 26.
- Stam, E., & Wennberg, K. (2009). The Roles of R&D in New Firm Growth. *Small Business Economics*, 33(1), 77-89.
- Sun, H., & Wang, H. (2017). Government Subsidies, R&D Investment and Enterprise Innovation Performance: An Empirical Study Based on GEM High-Tech Enterprises. *Science and Technology Management Research*, 37(12), 111-116. [in Chinese]
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.

- Wang, Y. C., & Guo, Y. Y. (2008). Empirical Analysis of the Effects of R&D Input and Output of Listed Companies. *Industrial Economics Research*, (6), 44-52. [in Chinese]
- Wernerfelt, B. (1984). The Resource-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.
- Yang, N. (2015). Capital Structure, Technological Innovation and Corporate Performance-An Empirical Analysis Based on Listed Companies in China. *Beijing Social Sciences*, (7), 113-120. [in Chinese]
- Zhou, Y., Cheng, L. R., & Wang, H. (2012). Is the Higher the Level of Technological Innovation the Better the Financial Performance of the Company? - An Empirical Study based on the Patent Application Data of Chinese Pharmaceutical Listed Companies for 16 years. *Financial Research*, (8), 170-183. [in Chinese]



Name and Surname: Ting Liang

Highest Education: Doctoral Candidate

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Culture and Art Management



Name and Surname: Shanshan Wang

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Baise University

Field of Expertise: Business Administration

汉泰语常用语气词对比研究

A COMPARATIVE STUDY OF COMMONLY USED MODAL PARTICLES IN CHINESE AND THAI LANGUAGE

杨茂春¹, 崔亚冲²

Wasan Supsiriphan¹, Yachong Cui²

^{1,2}北京师范大学文学院

^{1,2}School of Chinese Language and Literature, Beijing Normal University, China

Received: July 7, 2020 / Revised: October 2, 2020 / Accepted: October 5, 2020

摘要

语气词由于其意义的空灵性和使用环境的复杂性,使其成为第二语言学习和教授的难点。汉语和泰语都存在语气词系统,但二者在类型上有交叉。汉泰语气词的对应规则不明显使得其学习和教授的难度大大增加。经梳理,可以发现,汉泰语常用语气词之间存在着“交叉对应、一对零、零对一”三种对应关系。汉泰常用语气词对应关系的明确,可以大大减轻留学生学习汉语的负担,为国际汉语教学和研究提供一些有益的参考。

关键词: 汉语语气词 泰语语气词 常用语气词对比

Abstract

The modal particle is a major difficulty in second language learning and teaching because of its emptiness in terms of semantics and the complexity of its use in the environment. Both Chinese and Thai languages have a system of modal particles, but these two types are crossed, and the fact that the corresponding rules are not obvious results in great difficulty in the learning and teaching of modal particles. Based on the analysis, it can be seen that there are several corresponding relationships among the modal particles in the Chinese and Thai languages, such as crossed, one-to-zero, and zero-to-one. Comprehending the correspondence between these two languages can greatly reduce the burden of language learning for foreign students, and provide some useful points of reference for international Chinese teaching and research.

Keywords: Modal Particles in Chinese, Modal Particles in Thai, Commonly Used Modal Particles Comparison

引言

语气词是表达语气的一种重要手段,汉语和泰语中都存在语气词系统,但二者表现并不完全一致,两个系统成员之间的对应关系错综复杂。泰国留学生在学汉语时,为了方便,往往会将汉语与泰语中不同类型的语气词进行一一对应,这样一来,留学生很容易忽略汉语和泰语语气词在意义上的细微差别,或是找不到完全一致的两种语气词而造成学生的使用偏误。汉泰语气词在类型上有交叉,对应规则不明显这一特征给泰国留学生的学习造成了很大的负担,也成为对外汉语教学中的难点。另外,由于语气词意义比较空灵,在教学中常常被忽略,所以留学生很难掌握汉语语气词的准确用法。为了避免使用错误,很多学生很少使用或干脆不用语气词。长此以往,就会造成一种恶性循环。

研究目的

鉴于以上原因,本文旨在对汉语和泰语中的常用语气词进行对比分析,通过二者的对应关系为语气词归类,归纳出的类别既是汉泰语气词的三种对应关系,也是对外汉语教师的三个教学内容。本文对比研究的主要目的有两个:一是厘清汉语和泰语常用语气词之间的三种对应关系,将纷繁复杂的语气词对应关系具体化、明确化,扫清泰国留学生学习汉语语气词的障碍,减轻学习负担;二是为对外汉语教师提供新的教学思路,通过对应关系成组讲解语气词,并在介绍汉语语气词时与泰语语气词进行对比,改变逐一教授语气词的传统教学方式。

文献综述

关于汉语语气词的研究

汉语学界对现代汉语语气词的研究起步较晚,早期的语气词研究一般只出现在一些语法论著及教材中,比如 (Lectures on Modern Chinese Grammar) (Ding, 1961)、(Lectures on Grammar) (Zhu, 1982)、(Modern Chinese) (Zhou, 2010) 等。早期的 Ding (1961) 称语气词为“语助词”,并把它分成疑问、祈使、测度、陈述、停顿五组。Zhu (1982) 指出,语气词是后置虚词,永远读轻声,共分为三组,即第一组表示时态,第二组表示疑问或祈使,第三组表示说话人的态度或情感。后来,随着语气词使用频率的提高,人们对于它的研究才逐渐深入。当前,汉语学界对于现代汉语语气词的研究已取得了丰富的成果,尤其是对“啊、吗、呢、吧”等的研究,因为这些语气词不仅是汉语中使用频率较高的语气词,而且它们所能表示的语气类型众多,如表示陈述、疑问、祈使等等。由于汉语学界对于汉语某个语气词所表语气功能暂时没有统一的说法,因此,本文主要采用 Zhou (2010) 的 (Modern Chinese) (第三版) 的观点。

关于泰语语气词的研究

泰语学界对现代泰语语气词的研究也起步较晚。在泰语中,相关此方面的研究主要表现在语法意义及功能两个方面。Pei (2001) 指出:“泰语语气词的语法意义是表达说话人的各种语气,多数位于句末,个别位于句首”。还提出了泰语语气词所表示的各种语气,如命令、请求、强调、疑问、厌烦、揣测等。对于泰语语气词的功能,Somboonlertsiri (2019) 在 (Study of Thai Modal Particles) 中指出:“语气词的功能可分为句法、语义、语用三种,泰语语气词的表义功能较强,具有客观表义和主观表义两大作用,从这两个作用来看,泰语语气词可分为表陈述、祈使、疑问和感叹四种”。

在相关泰语语气词的研究中,Pei (2001) 和 Somboonlertsiri (2019) 的研究较为全面,因此,本文以他们所提出的观点作为主要参考及理论依据。

关于汉泰语气词的对比研究

以往对汉泰语语气词的研究也有涉及到对比研究这个方面,但其对比研究大多以单个语气词为主,如 Zhang (2010) 对汉语语气词“呢”和泰语语气词“แหละ (ละ)”进行对比研究,指出“呢”和“แหละ”都使用在陈述句中,因为二者都不表示疑问语气。但笔者认为,这一说法存在疑点,因为在特指问句和选择问句中,“呢”和“แหละ (ละ)”是可以表示疑问语气的。Duangpakdee (2017) 将汉语语气词“吗”与泰语语气词“ไหม”进行对比分析,提出了“吗”和“ไหม”同样不能单独成句,要放在陈述句句尾表示疑问。“吗”和“ไหม”使用在是非问句中时,“吗”可以用否定句式,而“ไหม”不能”的结论。Li (2018) 察了泰语中带语气词“nâ”的特指问句和汉语中带“吗”的特指问句,认为两者的最大区别在于,“吗”是表疑问的语气词,而“nâ”不是。由此可见,汉泰语仍缺乏多个语气词对比的研究。

对于以往的语气词研究,虽然汉泰语各自的成果不少,但在对比研究这一方面,二者仍有不足,即以往的汉泰语语气词对比研究大多以汉泰语中的单个语气词为主要研究对象,很少对多个语气词进行全面分析,这使泰国留学生能够掌握的语气词不多,因此,汉泰语在语气词对比这一方面的研究尚需进一步的考察与分析。

研究方法

文献研究法

文献研究法是一种富有生命力的研究方法,其比较突出的优点是所搜集的文献是真实的。本文使用该方法对相关汉泰两种语言的常用语气词的文献进行搜集、鉴别和整理,找出二者之间的对应关系,以及所表达的语气特点。

对比分析法

对比分析是一种解决学生在第二语言学习中所遇到的问题的主要方法和手段。因此, 本文使用该方法对汉泰语常用语气词进行对比研究, 总结二者的异同, 让泰国留学生更加了解汉语和泰语语气词之间的差异, 并能够准确地使用汉语中的几个常用语气词。

研究结果

通过对比分析发现, 汉泰语语气词都作为虚词的一种, 其意义较难把握, 并且往往与句子的语调、重音、语法格式、语境等诸多因素共同作用形成全句的语气。汉、泰语的语气词都可以位于句中和句尾两个位置上, 每个语气词都有其基本的用法, 但在不同类型的句子中又能表达不同的语气, 比如表示陈述、疑问、祈使、感叹、停顿、反诘等。因此, 必须将语气词放在具体的语境中才能分析其所表示的语气。

汉语中常见的语气词有“啊、吗、呢、吧”等, 按照其分布的位置来说, 这些语气词可以放在句中和句尾两个位置上。从语气词所表达的语气来说, 汉语的语气词可以分为表陈述、疑问、祈使和感叹 4 类 (Zhou, 2010; Liu, 2014)。

泰语中的语气词和汉语一样, 也是虚词的一种, 常用的有 11 个: มั่ง (maŋ⁴⁵)、ละสิ (la²¹si²¹)、สิ (si²¹)、เถอะ (tʰə²¹)、ละ (la²¹)、นะ (na²¹)、แน่ะ (ne²¹)、หรือก (ro:k²¹)、ไหม (mai¹⁴)、หรือ (ro:¹⁴)、นะ (na⁴⁵)。这些语气词主要分布于句中和句末。泰语中的语气词附着在词和句子的后面, 产生不同的语气, 表现细腻的感情色彩, 在同一类语气中有细微感情色彩差别的语气, 泰语中都有专门的语气词来表示, 因此通常泰语中多个语气词对应汉语中的一个语气词。由于泰语中表感叹的词被划分为叹词类, 所以泰语中的语气词只有表陈述、疑问和祈使 3 类。

据研究观察, 汉语和泰语语气词的对应关系有以下三种: (1) 一个汉语语气词对应泰语中的多个语气词, 一个泰语语气词对应两个汉语语气、词 (2) 汉语中有的语气词, 泰语中没有 (3) 泰语中有的语气词, 汉语中没有。故“交叉对应、一对零和零对一”。

1. 交叉对应

汉语中常用的语气词“吧、呢、吗、啊”与泰语常用的 11 个语气词属于交叉对应的关系。我们以汉语为参照点进行一一分析。

1.1 汉语的“吧”与泰语的“มั่ง (maŋ⁴⁵)、ละสิ (la²¹si²¹)、สิ (si²¹)、เถอะ (tʰə²¹)”

汉语语气词“吧”可以用在是非问句、祈使句和陈述句里, 表示疑问、祈使、商量、请求、猜测、认可、假设等多种语气。如:

表疑问语气

[1] 是你干的吧?

[2] 他们是已经出发了吧?

表祈使语气

[3] 天都黑了，走吧。

[4] 我们回去了，你在这儿看吧。

泰语中与“吧”对应的语气词有“มั้ง (maŋ⁴⁵)、ล่ะสิ (la²¹si²¹)、สิ (si²¹)、เถอะ (tʰə²¹)”，但它们中只有 มั้ง (maŋ⁴⁵) 可以表示疑问语气，其他的只能表示除疑问语气之外的其他语气，并且在表示语气意义上有细微的差别。

1.1.1 มั้ง (maŋ⁴⁵)

泰语的语气词 มั้ง (maŋ⁴⁵) 用于陈述句和疑问句中，表示揣测、估量的语气 (Pei, 2001)。

- [5] เขา คง ยัง ไม่ เลิกเรียน มั้ง
 kʰau¹⁴ koŋ³³ jaŋ³³ mai⁴¹ lə:k⁴¹ rian³³ maŋ⁴⁵
 他 可能 还 没 下课 吧。
 (他可能还没下课吧。)

- [6] เขา น่าจะ ออกไป แล้ว มั้ง?
 kʰau¹⁴ na:⁴¹ tea²¹ ʔɔ:k²¹ pai³³ lə:w⁴⁵ maŋ⁴⁵?
 他 可能 出去 了 吧?
 (他可能出去了吧?)

泰语的语气词在表示揣测、估量意义时，句中常会出现“应该、恐怕、可能”等表示不确定性的词，与其后的语气词共同构成该句的语气。

1.1.2 ล่ะสิ (la²¹si²¹)

泰国语气词 ล่ะสิ (la²¹si²¹) 用于陈述句中，表示陈述语气，用于对将会发生的事情或已经发生的事情作出推断。

- [7] ถ้า ไม่มี ใคร ไป คุณ ก็ ไม่ ไป ประชุม ล่ะสิ
 tʰa:⁴¹ mai⁴¹mi:³³ kʰrai³³ pai³³ kʰun³³ kɔ:⁴¹ mai⁴¹ pai³³ pra²¹te^hum³³ la²¹ si²¹
 如果 没有 谁 去 你 就 不 去 开会 吧。
 (果没有人去，你就不去开会吧。)

- [8] คุณ ไม่มี เงิน ใช้ ล่ะสิ ถึง ได้ มา หา ผม
 kʰun³³ mai⁴¹ mi:³³ ɲən³³ tɕʰai⁴⁵ la²¹si²¹ tʰun¹⁴ dai⁴¹ ma:³³ ha:¹⁴ pʰom¹⁴
 你 没有 钱 用 吧 才 会 来 找 我
 (你没钱用了吧，才会来找我。)

ล่ะสิ (la²¹si²¹) 在表示推断时，句中不会出现其他表估量或推测的词，整个猜测的语气由 ล่ะสิ (la²¹si²¹) 独自完成。

1.1.3 สิ (si²¹)

สิ (si²¹) 是一个 ละสิ (la²¹si²¹) 的变体, 用于陈述句中, 表示对已经发生的事件的确认。

- [9] ข้างนอก หิมะตก แล้ว สิ
 k^ha:ŋ⁴¹no:k⁴¹ hi²¹ma⁴⁵tok²¹ le:w⁴⁵ si²¹
 外面 下雪 了 吧。
 (外面下雪了吧。)

- [10] เขา ไป แล้ว สิ
 k^hau¹⁴ pai³³ le:w⁴⁵ si²¹
 他 已经 走 了 吧。
 (他已经走了吧。)

สิ (si²¹) 表示确认的都是已经发生的事件, 经常与表示完成的“了”或“已经”同现。如上例中的“下雨”和“他走”分别与“了”和“已经”同现, 表示都是已经发生过的事件。

1.1.4 เอะ (t^hə²¹)

泰语语气词 เอะ (t^hə²¹) 用在祈使句中, 有请求、商议、劝说、催促等语气意义。

- [11] 请求

กรุณา ช่วย ฉัน เอะ
 ka²¹ru⁴⁵na.³³ t^hə²¹uai⁴¹ t^hə²¹an¹⁴ t^hə²¹
 请 帮帮 我 吧。
 (请帮帮我吧。)

- [12] 建议

พวกเรา เลิก ทำงาน นี่ เอะ
 p^huak⁴¹rau³³ lə:k⁴¹ tam³³ŋa:n³³ ni:⁴⁵ t^hə²¹
 我们 放弃 工作 这份 吧。
 (我们放弃这份工作吧。)

- [13] 劝说

คุณ ไป พักผ่อน ชักพัก เอะ
 k^hun³³ pai³³ p^hak⁴⁵ p^hə:n²¹ sak⁴⁵ p^hak⁴⁵ t^hə²¹
 你 去 休息 一会儿 吧。
 (你去休息一会儿吧。)

[14] 催促

สาย แล้ว คุณ รีบ ไป ประชุม เถอะ
 sai¹⁴ le:w⁴⁵ k^hun³³ ri:p⁴¹ pai³³ pra²¹te^hum³³ t^hə²¹
 迟到 了 你 赶快 去 开会 吧。

(迟到了, 你赶快去开会吧。)

表 1 汉泰语“吧”对应关系表

语气词	是非问句	陈述句	祈使句
汉语语气词	吧	吧	吧
泰语语气词	มั้ง (maŋ ⁴⁵)	มั้ง (maŋ ⁴⁵)、ละสิ (la ²¹ si ²¹)、สิ (si ²¹)	เถอะ (t ^h ə ²¹)

汉语中的“吧”可出现在三种句型中, 表示多种语气意义, 而泰语用 4 个语气词来分担“吧”所承载的功能和意义, 它们的分工如上表所示, 其中的 มั้ง (maŋ⁴⁵) 是唯一一个能够出现在陈述句和疑问句两种句型中。

1.2 汉语的“呢”与泰语的“ละ (la²¹)、นะ (na²¹)、เนอะ (ne²¹)、หรือก (lo:k²¹)”。

汉语的“呢”可以用在陈述句、特指问句和选择问句中, 表示陈述语气和疑问语气, 如:

表陈述语气

[15] 我没什么, 你才辛苦呢。

[16] 我正往回走呢。

[17] 你想吃什么呢?

[18] 你是想明天来呢, 还是想今天来?

泰语中与“呢”对应的语气词有 4 个, 分别是“ละ (la²¹)、นะ (na²¹)、เนอะ (ne²¹)、หรือก (lo:k²¹)”。

1.2.1 ละ (la²¹)

泰语句末语气词 ละ (la²¹) 一般用于特指问句和选择问句中, 表示疑问的语气。

[19] เดือนหน้า ใคร จะ ไป ปักกิ่ง ละ?
 duan³³na:⁴¹ k^hai³³ tea²¹ pai³³ pak²¹king²¹ la²¹?
 下个月 谁 要 去 北京 呢?

(下个月谁要去北京呢?)

- [20] ผม จะ ไป ห้องสมุด คุณ ไป ไม่ ไป ละ?
 p^hom¹⁴ tea²¹ pai³³ ho:ŋ⁴¹sa²¹mut²¹ k^hun³³ pai³³ mai⁴¹ pai³³ la²¹?
 我 要 去 图书馆 你 去 不 去 呢?
 (我要去图书馆, 你去不去呢?)

1.2.2 นะ (na²¹)

泰语句末语气词 นะ (na²¹) 常用于陈述句、特指问句和选择问句中。

- [21] ไป ไกลไกล ผม หน่อย ผม กำลัง ช่าง นะ
 pai³³ klai³³ klai³³ p^hom¹⁴ noj²¹ p^hom¹⁴ kam³³ laŋ³³ juŋ⁴¹ na²¹?
 离 远 我 一点 我 在 忙 呢。
 (离我远一点, 我在忙呢。)
- [22] พวกเขา ดู อะไร กัน นะ?
 p^huak⁴¹k^hau¹⁴ du:³³ ʔa²¹ rai³³ kan³³ na²¹?
 他们 看 什么 呢?
 (他们看什么呢?)
- [23] ไก่ ตัว นี้ เป็น ไก่ตัวผู้ หรือ ไก่ตัวเมีย นะ?
 kai²¹ tua³³ ni:⁴⁵ pen³³ kai²¹ tua³³ pu:⁴¹ ruu:¹⁴ kai²¹ tua³³ mia:³³ na²¹?
 鸡 只 这 是 公鸡 还是 母鸡 呢?
 (这只鸡是公鸡还是母鸡呢?)

นะ (na²¹) 用于陈述句时, 通常表示一种不满意或者厌烦的语气, 如例 [21] 所示。นะ (na²¹) 虽然与 ละ (la²¹) 一样, 都能用在特指问和选择问句里, 但 นะ (na²¹) 具有强调的语气, 表示说话者是有疑而提出问题, 强烈期望得到对方的答案, 如 [22] [23] 提问者需要听话者告诉他“他们看的是什么”以及“公鸡或母鸡”。

1.2.3 เน้ (ne²¹)

泰语语气词 เน้ (ne²¹) 常用于陈述句, 用来指明事实或提醒听话者注意。一般用于朋友之间、上级对下级或者长辈对晚辈。

- [24] ครู อยาก เจอ คุณ เน้
 k^hru:³³ ja:k²¹ tɕɔ:³³ k^hun³³ ne²¹
 老师 想 见 你 呢。
 (老师想见你呢。)

- [25] พวกเขา เตรียม ออก ไป ข้างนอก นะ
 P^huak⁴¹k^hau¹⁴ triam³³ ?ɔ:k²¹ pai³³ k^han⁴¹no:k⁴¹ ne²¹
 他们 准备 出 去 外面 呢。

(他们准备出去外面呢。)

例 [24] 是提醒听话者注意“老师想见你”，[25] 是指明“他们要出去”的事实。由于语气比较随意，通常只用于平辈朋友之间或上级对下级，不适用于晚辈对长辈或下级对上级。

1.2.4 หรือก (lo:k²¹)

หรือก (lo:k²¹) 一般用于否定式的陈述句，表示反对或者不同意对方的想法，有加强语气作用。

- [26] ผม ไม่ อยาก ไป หรือก
 p^hom¹⁴ mai⁴¹ jak²¹ pai³³ lo:k²¹
 我 才不 想 去 呢。

(我才不想去呢。)

- [27] ใคร บอก ว่า ผม ไม่ อยาก กิน ผม อยาก กิน หรือก
 k^hai³³ bo:k²¹ wa:⁴¹ p^hom¹⁴ mai⁴¹ jak²¹ kin³³ p^hom¹⁴ jak²¹ kin³³ lo:k²¹
 谁 说 我 不 想 吃 我 想 吃 呢。

(谁说我不想吃，我想吃呢。)

หรือก (lo:k²¹) 虽然也是用于陈述句中，但与 นะ (na²¹) 和 เน้ (ne²¹) 不同，它只能出现在否定式的陈述句中。

因此，泰语中与“呢”对应的 4 个语气词的分工可列表如下：

表 2 汉泰语“呢”对应关系表

语气词	陈述句	特指问句/选择问句
汉语语气词	呢	呢
泰语语气词	นะ (na ²¹) (厌烦) เน้ (ne ²¹) (提醒) หรือก (lo:k ²¹) (否定句)	ล่ะ (la ²¹) นะ (na ²¹) (强调)

1.3 汉语的“吗”与泰语的“ไหม (mai¹⁴)、หรือ (ro:¹⁴)”

汉语中的“吗”只用来表疑问语气，用于是非问句中，例如：

- [28] 他知道这件事吗？

泰语中与“吗”对应的语气词有2个，分别是“ไหม (mai¹⁴)”和“หรือ (rə:¹⁴)”。这两个词都是只能用于是非问句中，表疑问语气，但二者在表达语气意义上有细微的差别。

1.3.1 ไหม (mai¹⁴)

泰语语气词 ไหม (mai¹⁴) 在表达疑问语气时，表示说话人对所问之事一无所知，需要听到对方的回答，如：

- [29] คุณ จะ มา ร่วม งานแต่ง ฉัน ไหม?
 k^hun³³ tɛa²¹ ma:³³ ruam⁴¹ ŋa:n³³ tɛ:²¹ tɛ^han¹⁴ mai¹⁴?
 你 会 来 参加 婚礼 我 吗?

(你会来参加我的婚礼吗?)

- [30] พรุ่งนี้ ตอนเย็น มี เรียน ไหม?
 p^hruŋ⁴¹ ni:⁴⁵ tɔ:n³³ jɛn³³ mi:³³ rian³³ mai¹⁴?
 明天 晚上 有 课 吗?

(明天晚上有课吗?)

例 [29] 和 [30] 都表示提问者不知道答案，需要对方明确告诉他“来/不来参加”和“有/没有课”。

1.3.2 หรือ (rə:¹⁴)

หรือ (rə:¹⁴) 同 ไหม (mai¹⁴) 一样，只能用于是非问句中，表疑问语气。但 หรือ (rə:¹⁴) 表示对所问之事已有所了解，或在心中已有答案，只是为了强调、确认或出于礼貌才进行提问，并不一定需要听话人回答，大多用在反问句中。

- [31] เรื่อง นี้ เป็น ความผิด ของ ผม หรือ?
 ruuaŋ⁴¹ ni:⁴⁵ pen³³ k^hwa:m³³ p^hit²¹ kɔ:²¹ ŋ¹⁴ p^hom¹⁴ rə:¹⁴?
 事 件 这 是 错 的 我 吗?

(这件事是我的错吗?)

- [32] วันนี้ คุณ ไม่ ไป ทำงาน หรือ?
 wan³³ ni:⁴⁵ k^hun³³ mai⁴¹ pai³³ t^ham³³ ŋa:n³³ rə:¹⁴?
 今天 你 不 去 上班 吗?

(今天你不去上班吗?)

例 [31] 是一个反问语气，说话者想表达的意思是“这不是我的错”，并不需要对方告诉他“是”或“不是”，只是为了强调自己的想法。[32] 说话者知道“今天应该上班”，出于礼貌对对方进行提问，要表达的意思是“今天还要上班，其他的就别想了”，并不需要对方的回答。

หรือ (rə:¹⁴) 是一个比较口语的语气词，表示不太客气的语气，不用于晚辈对长辈或下级对上级。

表 3 汉泰语“吗”对应关系表

语气词	是非问句	
	有疑问问	无疑而问
汉语语气词	吗	吗
泰语语气词	ไหม (mai ¹⁴)	หรือ (ro: ¹⁴)

1.4 汉语的“啊”与泰语的“นะ (na⁴⁵)、สิ (si²¹)、ล่ะ (la²¹)、หรือ (ro:¹⁴)”

汉语中的“啊”是使用范围最广的一个语气词，在不同的语境中，它可以分别表示感叹、疑问、祈使和陈述语气。例如：

[33] 我的天啊，太漂亮了！

[34] 你在哪啊？

[35] 这里禁止吸烟啊！

[36] 我不管了啊。

泰语中与“啊”对应的语气词有 4 个，分别是“นะ (na⁴⁵)、สิ (si²¹)、ล่ะ (la²¹)、หรือ (ro:¹⁴)”，它们在可出现的句式上有差别。

1.4.1 นะ (na⁴⁵)

泰语语气词 นะ (na⁴⁵) 的语气意义比较丰富，可用于陈述句、疑问句和祈使句中，分别表示陈述语气、疑问语气和祈使语气。例如：

[37] ผู้จัดการ ไม่ มา ผม ก็ จัดการ ไม่ได้ นะ
 p^hu⁴¹teat²¹ka:n³³ mai⁴¹ ma:³³ p^hom¹⁴ ko:⁴¹ teat²¹ka:n³³ mai⁴¹dai⁴¹ na⁴⁵
 经理 不 来 我 也 管 不了 啊。
 (经理不来，我也管不了啊。)

[38] เขา ชื่อ อะไร นะ?
 k^hau¹⁴ t^hu:⁴¹ ʔa²¹rai³³ na⁴⁵?
 他 叫 名字 什么 啊?
 (他叫什么名字啊?)

[39] อย่า เข้า มา นะ
 ja:²¹ k^hau⁴¹ ma:³³ na⁴⁵
 别 进 来 啊。
 (别进来啊。)

例 [37] 是一般性的陈述，[38] 是有疑问问，[39] 是祈使、命令。

1.4.2 สิ (si²¹)

泰语语气词 สิ (si²¹) 除了与“吧”对应，还能与“啊”对应，用于陈述句和祈使句，表达陈述语气和祈使语气。

- [40] คน เยอะ ก็ ต้อง เข้าคิว ยาว สิ
 k^hon³³ jə⁴⁵ kɔ:⁴¹ tɔ:^ŋ⁴¹ k^hau⁴¹ k^hiu³³ ja:w³³ si²¹
 人 多 就 要 排队 长 啊。
 (人多就要排很长的队啊。)

- [41] เข้า มา สิ
 k^hau⁴¹ ma³³ si²¹
 进 来 啊。
 (进来啊。)

例 [40] 是陈述一个“人多就要排长队”的事实，强调；[41] 是一种祈使，让听话人“进来”。

1.4.3 ละ (la²¹)

泰语语气词 ละ (la²¹) 除了与汉语语气词“呢”对应之外，还与“啊”对应，当它与“啊”相对应时，能用于陈述句、疑问句和祈使句中，表示陈述语气、疑问语气和祈使语气。

- [42] ผม อยาก นอน แล้ว ละ
 p^hom¹⁴ ja:k²¹ nɔ:n³³ lɛ:w⁴⁵ la²¹
 我 想 睡 了 啊。
 (我想睡了啊。)

- [43] คุณ ชอบ สี อะไร ละ?
 k^hun³³ tɛ^hɔ:p⁴¹ si:¹⁴ ʔa²¹rai³³ la²¹?
 你 喜欢 颜色 什么 啊?
 (你喜欢什么颜色啊?)

- [44] อย่า ลืม ทาน ยา ก่อน นอน ละ
 ja:²¹ lu:m³³ ta:n³³ ja:³³ kɔ:n²¹ nɔ:n³³ la²¹
 别 忘 吃 药 前 睡觉 啊。
 (睡觉前别忘了吃药啊。)

ละ (la²¹) 用在陈述句和祈使句中，都有一种提醒的意味，如 [42] 提醒一下对方“我要睡觉了，不要叫我了”，[44] 提醒对方记得吃药。

1.4.4 หรือ (rə:¹⁴)

泰语语气词 หรือ (rə:¹⁴) 与汉语语气词“吗”对应之外，还与“啊”对应，用于是非问句和特指问句，表达说话人的主观感情色彩。

- [45] ก๋วยเตี๋ยว ชาม นี่ คุณ ทำ เอง หรือ?
 k^huai¹⁴tiao¹⁴ tɛ^ha:m³³ ni:⁴⁵ k^hun³³ t^ham³³ ʔe:ŋ³³ rə:¹⁴?
 面条 碗 这 你 做 自己 啊?

(这碗面条你自己做啊?)

- [46] คุณ ทำ อะไร อยู่ หรือ?
 k^hun³³ t^ham³³ ʔa²¹rai³³ ju:²¹ rə:¹⁴?
 你 干 什么 在 啊?

(你在干什么啊?)

หรือ (rə:¹⁴) 带有强烈的主观情绪，有时有一种夸张的意味。例如 [45] 表示不太相信“这碗面是你自己做的”，[46] 在特指问中，有一种不耐烦的情绪。由于汉语语气词“啊”的使用范围很广，与其对应的泰语语气词，也呈现了比较复杂的分工，如下表所示：

表 4 汉泰语“啊”对应关系表

语气词		陈述句	疑问句	祈使句	感叹句
汉语语气词	啊	+	+	+	+
泰语语气词	นะ (na ⁴⁵)	+	+	+	-
	สิ (si ²¹)	+	-	+	-
	ละ (la ²¹)	+	+	+	-
	หรือ (rə: ¹⁴)	-	+	-	-

2. 一对一

汉语中还存在一些语气词是泰语中所没有的，比如“呗、罢了、也好、也罢”等等，下面只列举几个口语中常用的简单介绍一下。

2.1 汉语语气词“呗”

汉语语气词“呗”，只出现在口语中，用于陈述句和祈使句中。

2.1.1 表示对出现的情况不介意，无所谓的态度。

[47] 他不来就不来了呗，我们继续。

2.1.2 表示委婉的劝告。

[48] 你太累了，休息一下呗。

[49] 他已经知道错了，别再说他了呗。

“呗”是口语化特征最明显的一个语气词，几乎不出现在书面语中，并且主要用于关系比较亲密的朋友之间，是一种较随意的语气，不适用于正式场合。

2.2 汉语语气词“罢了”

汉语语气词“罢了”，用于陈述句中，表示如此而已。

[50] 他不过是当个群众演员罢了。

语气词“罢了”在表示如此而已这种意义时，有把事情往小里说的意味。

2.3 汉语语气词“也好、也罢”

汉语语气词“也好”和“也罢”都用于陈述句中，表示容忍或只得如此。

[51] 小刘也好，老赵也好，总之你们得去个人吧！

[52] 他不同意也罢，不必勉强。

语气词“也好”或“也罢”连用两个或更多时表示任何情况下都如此，如例 [51]。

3. 零对一

泰语中还存在一个表示尊敬的句末语气词，是汉语中所没有的。它主要用于陈述句和疑问句中，有两个变体，分别是女性用语 ค่ะ ($k^h a^{21}$) 和男性用语 ครับ ($k^h rap^{45}$) (Pei, 2001)。

[53] ผม ไม ไป ครับ
 $p^h om^{14}$ mai^{41} pai^{33} $k^h rap^{45}$
 我 不 去。
 (我不去。)

[54] ฉัน ควร ทำ ยังไง คะ?
 $te^h an^{14}$ $k^h uan^{33}$ $t^h am^{33}$ $jaŋ^{33}$ $ŋai^{33}$ $k^h a^{45?}$ (用于疑问句时，读音变成“45”声。)
 我 该 办 怎么?
 (我该怎么办?)

泰语中表示尊敬的语气词，一般用于正式场合，或是晚辈对长辈，下属对上司，在平辈或朋友之间不常使用。

结论

综上，我们可以总结出汉泰语语气词的几个特点：(1) 从整个语气词系统上来说，汉语包括四种类型的语气词，分别表陈述、疑问、祈使和感叹语气；而泰语包括三种类型的语气词，分别表陈述、疑问和祈使语气。(2) 从语气词所处位置来看，汉泰语语气词皆可以占据句中和句尾两个位置。(3) 从语气词内部的对应情况来说，存在交叉对应（一对多和两对一）、一对零和零对一三种关系。具体的对应关系如下表所示。

表5 汉泰语常用语气词对应关系表

对应关系		汉语	泰语
交叉对应	一对多	吧	มั้ง (maŋ ⁴⁵)、ล่ะสิ (la ²¹ si ²¹)、สิ (si ²¹)、เถอะ (tʰɔ ²¹)
		呢	ล่ะ (la ²¹)、นะ (na ²¹)、เนอะ (ne ²¹)、หรือก (lo:k ²¹)
		吗	ไหม (mai ¹⁴)、หรือ (ro: ¹⁴)
		啊	นะ (na ⁴⁵)、สิ (si ²¹)、ล่ะ (la ²¹)、หรือ (ro: ¹⁴)
	两对一	吧、啊	สิ (si ²¹)
		呢、啊	ล่ะ (la ²¹)
		吗、啊	หรือ (ro: ¹⁴)
一对零		呗	— —
		罢了	— —
		也好、也罢	— —
零对一		— —	กะ (kʰa ²¹)
		— —	ครับ (kʰrap ⁴⁵)

对汉语和泰语常用语气词的对比研究，可以具体、清晰、明确地展示语气词之间的对应关系，让捉摸不透的空灵语气词变得可比较、可归类，大大减轻泰国留学生学习汉语语气词和中国学生学习泰语语气词的负担；同时也为对外汉语教师提供了新的教学视角，通过对应关系成组讲解语气词，便于学生记忆和使用。

References

- Ding, S. S. (1961). *Lectures on Modern Chinese Grammar*. Beijing: The Commercial Press. [in Chinese]
- Duangpakdee, M. (2017). *Similarities and Differences between Chinese and Thai Interrogative Sentences and Strategies for Teaching Chinese Thai Interrogative Sentences*. Doctoral Dissertation, Central China Normal University. [in Chinese]
- Li, F. (2018). The Distribution Different and Function Consistency of Thai Modal Particle “nâ”. *Minority Language*, (3), 26-36. [in Chinese]
- Liu, M. T. (2014). *The Functional Analysis of Chinese Modal “ne” “ma” “ba” “a” and in The Study of Teaching Chinese as a Foreign Language*. Master Dissertation, Jilin University. [in Chinese]
- Pei, X. R. (2001). *A New Compile of Thai Grammar*. Beijing: Beijing University Press. [in Chinese]
- Somboonlertsiri, K. (2019). *Study of Thai Modal Particles*. Master Dissertation, Central China Normal University. [in Chinese]
- Zhang, S. M. (2010). The Meaning and Function of Chinese Modal Particle “呢” and Thai Modal Particle “แหละ”. *Lanzhou Academic Journal*, (1), 119-121. [in Chinese]

Zhou, Y. M. (2010). *Modern Chinese*. Beijing: Beijing Normal University Press. [in Chinese]

Zhu, D. X. (1982). *Lectures on Grammar*. Beijing: The Commercial Press. [in Chinese]



Name and Surname: Wasan Supsiriphan

Highest Education: Master Degree

Affiliation: Beijing Normal University

Field of Expertise: Linguistic Research and Language Teaching



Name and Surname: Yachong Cui

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Beijing Normal University

Field of Expertise: Language Teaching and Writing Research of the Deaf Students

人工智能技术应用于国际汉语语言教学中的研究

THE APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY IN INTERNATIONAL CHINESE LANGUAGE TEACHING

倪丹

Dan Ni

泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院

Faculty of Chinese Language and Culture, Huachiew Chalermprakiet University, Thailand

Received: October 8, 2020 / Revised: November 10, 2020 / Accepted: November 18, 2020

摘要

自从 20 世纪 80 年代以来,国际汉语教学取得了非常优越的成果。随着现代社会科学技术的发展,基于信息技术的智能化教学工具在课堂中的应用范围越来越广泛。尤其随着人工智能技术的发展,其在辅助国际汉语教学中发挥着重要作用。因此,文章从人工智能技术在国际汉语教学中的应用现状入手,利用实际教学案例,总结出其应用成果。对于人们了解人工智能技术在国际汉语教学中的问题及优势有很大帮助,同时有助于教师了解人工智能技术的应用策略和方法,在一定程度上对促进教师的信息技术应用手段有所帮助。

本研究的主要内容有:首先,分析了传统国际汉语教学的不足及存在的问题;其次,研究了人工智能技术在国际汉语教学中的应用现状;然后,分析了人工智能在国际汉语教学中的成果及其应用的可行性;最后,分析了人工智能在国际汉语教学中的应用举措和发展远景。

通过以上内容研究,最终得出:利用人工智能开展国际汉语教学,既能有效提高外国学生学习汉语的兴趣,又能够改善教师的教学质量,在一定程度上解决了国际汉语教学中存在的问题。在未来的国际汉语教学中,应恰当、科学地利用人工智能辅助教学,充分发挥现代化信息技术的便利性。

关键词: 人工智能技术 国际汉语教学 教学效果 教学模式 教学质量

Abstract

Since the 1980s, international Chinese language teaching has achieved highly effective results. With the development of modern social science and technology, intelligent teaching tools based on information technology are widely used in the classroom. Especially with the development of artificial intelligence technology, they play an important role in facilitating international Chinese teaching. Therefore, this paper starts with the application status of artificial intelligence technology in international Chinese teaching, and sums up its application results by using actual teaching cases. This data can be utilized to greatly help people understand the problems and advantages of implementing artificial intelligence technology in international Chinese teaching, and it is also beneficial for teachers to understand the application strategies and methods of artificial intelligence technology, and to some extent, it will be helpful for teachers in promoting the application of information technology.

The main contents of this study are as follows: first, the shortcomings and problems of traditional international Chinese language teaching are analyzed; second, the application of artificial intelligence technology in international Chinese language teaching is studied. This paper analyzes the achievements and the feasibility of the application of artificial intelligence in the teaching of the international Chinese language, and finally analyzes the measures and prospects of the application of artificial intelligence in the teaching of the international Chinese language.

Based on the research above, it can be concluded that the use of artificial intelligence in international Chinese teaching can not only effectively improve foreign students' interest in learning Chinese, but also improve the teachers' teaching quality, as it has solved several of the problems existing in the teaching of international Chinese. In the future of international Chinese teaching, we should make proper and scientific use of artificial intelligence to assist with teaching and fully apply the convenience of modern information technology.

Keywords: Artificial Intelligence Technology, International Chinese Teaching, Teaching Effect, Teaching Model, Teaching Quality

引言

国际汉语教学在实际发展过程中,承担着非常重要的文化交流和文化传播的任务。新时期,更要加强这一教学活动,积极传递中国文化。但是从当前发展情况上看,国际汉语教学活动依然不够成熟,学生学习积极性较弱、教师的跨文化教学能力较差、教学方式存在问题、教学资源狭窄等问题亟待解决。人工智能技术作为现代技术的一种,将其应用在国际汉语教学中,可以切实提高学习、教学效率。

传统国际汉语教学中的问题与不足

所谓国际汉语教学就是将汉语作为第二语言在不以汉语为母语的国家，展开的教学活动，根本任务就是进行语言教学。近年来，随着中国经济及国际贸易的迅速发展，学习汉语的人数呈阶梯性增长。在未来，国际汉语教学规模还会不断扩大。国际汉语教学经过实践和发展取得了一定成绩，但是由于发展时间短，在实际教学中还存在诸多问题。

1. 体现在字音教学方面。由于国际汉语教学对象都是非汉语国家的学生，由于文化差异，字母代表的含义不同，学生在学习发音时，存在一定的困难。比如简单的“盆”拼音为“pen”，但是英语中“pen”的含义却是“笔”，对于这种发音雷同，含义千差万别的词，学生理解起来就比较困难。然而在国际汉语教学中很多教师如果忽视这种微乎其微的差异，会导致学生对字音、字义的理解困难。

2. 体现在书写方面。在国际汉语课堂中，汉字书写是汉语课程中一项比较重要的教学内容，教学目标主要是让学生掌握汉字基本笔画、笔顺，顺利完成汉字书写任务，对汉字产生兴趣。Su (2016) 年撰写的《对外汉语汉字教学研究综述》一文中通过问卷调查的形式，进行数据分析，最终得出如下结论：多数教师对汉字书写教学目标认识不清，过于注重让学生掌握汉字，在枯燥的书写训练中，导致学生对汉字学习失去兴趣。

3. 体现在听、说、读、写教学方面。国际汉语教学的最终目标是让学生掌握听说读写能力，且在未来的学习和实际交际中了解中国基本国情和文化背景知识。但是，Wang (2013) 撰写的博士学位论文《对外汉语教师素质研究》中关于汉语教师方面论述得最多，尤其是专业的汉语教师缺乏方面。如斯里兰卡大学中，只有三位汉语教师是合格的。又如泰国中学，虽然中国国家汉办每年派遣了不少志愿者教师，但是按照当地的实际情况，上课时习惯使用媒介语讲解汉语的教师占有所有汉语教师的 58% 之多，而全程采用汉语教学的教师仅有 16% 左右 (Li, 2015)。虽然使用媒介语开展教学貌似能够降低教学难度，但是对于学生而言，如果教师经常采用当地语言或媒介语开展教学，那么学生难以明白学习的内容到底是什么，教学效果也不好 (Liu, 2018)。另外，在听说读写教学中，教师往往能够认识到口语教学贯穿于整个课堂教学过程，应该注重培养学生的口语和交际能力。但是，在实际教学当中，他们做的并不到位。

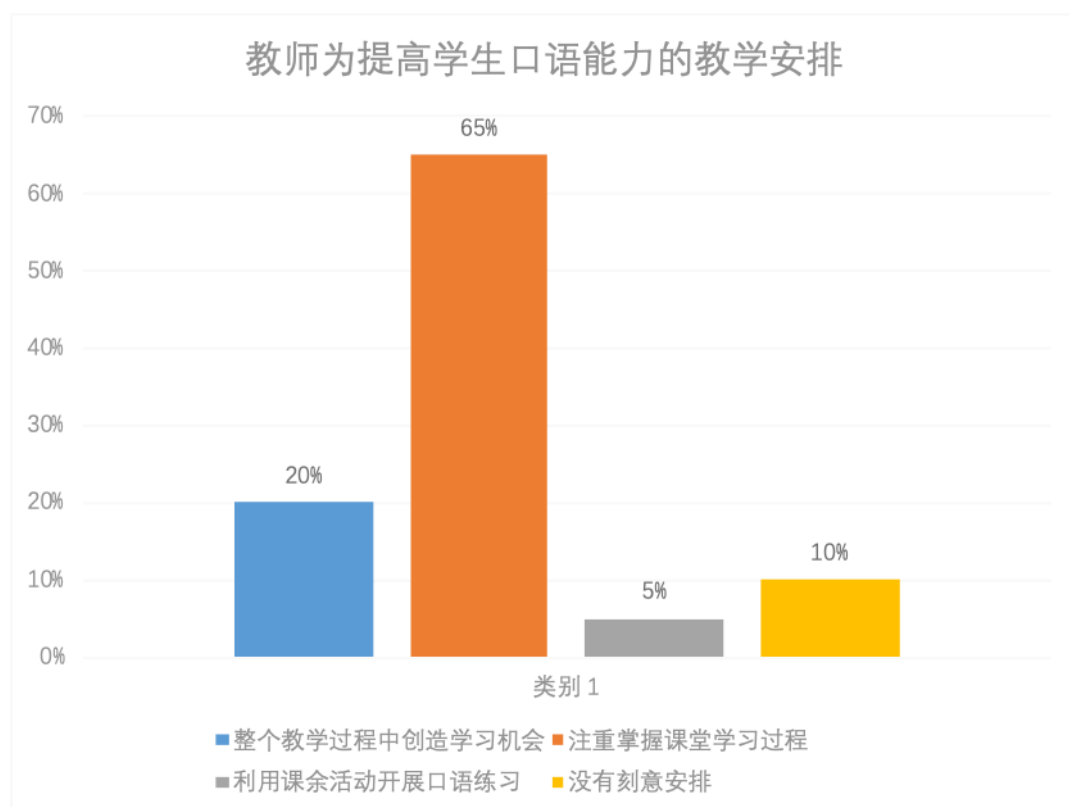


图 1 教师为提高学生口语能力的教学安排图示

数据来源：图 1 中关于教师为提高学生口语能力的教学安排，具体数据源于《对外汉语汉字教学研究综述》一文中，作者在撰写论文时对汉语教师开展的调查与访谈所得。

从上图可以看出，泰国中学教师们为了提高学生的口语交际能力，做了一定的努力。但是，这种安排并不合理。整个活动安排中，大多数教师仅仅利用课堂教学活动开展口语训练，且学习的内容多是课内知识，只有 5% 的教师会利用课外活动开展口语练习。见微知著，从实际情况不难看出，国际汉语口语教学中存在教学设计不合理、教学内容单一等问题。

原始数据中是这样描述的：20% 左右的教师会在整个教学过程中创造学习机会；65% 左右的教师表示，他们会注重掌握课堂的学习过程；仅有 5% 左右的教师会充分利用课余活动针对学生进行口语练习；10% 的教师并未对提高学生的口语能力做出特意安排。

第四，体现在教学资源方面。在国际汉语教学中，教师大多以教材为主，将汉语学习捆绑在教材知识当中，很少创造性地结合课外资源开展文化教学，这在一定程度上限制了学习内容，不利于学生眼界的拓宽 (Liu, Zhao, & Fang, 2020)。

总体而言，国际汉语教学不应该只传授国外学生汉语言知识，更应该通过知识的传授，帮助学生形成知识应用能力，进而让其对汉语学习产生兴趣，了解中国文化，最终将中国文化传播给其所在国家。但是，从现实情况来看，国际汉语教学的种种问题和不足严重阻碍了教学质量，我们势必要采取有效的方式促进国际汉语教学的发展。

在信息化发展过程中,世界各国都在开展课程改革和创新,在以学生为中心的教学理念下,信息化教学已经成为全世界不断尝试并有所突破的现代化教学的主要方式 (Huang, 2016)。随着微课教学、多媒体辅助教学、翻转课堂等教学模式的出现,人工智能作为计算机科学的一个重要分支,在教育行业的应用势不可挡。因此,我们有必要对人工智能技术在国际汉语教学中的应用开展研究。

人工智能技术在国际汉语教学中的应用成果及可行性分析

1. 人工智能概述

作为计算机科学的一个分支,人工智能涵盖了语言识别、图像、专家系统等多方面内容,自诞生以来就在多个领域中得到应用,目前已经成为国家发展过程中非常重要的动力 (Li, 2019)。中国一直在积极加强人工智能在政治、经济等方面的应用,用人工智能技术促进国家的整体发展。CNNIC 关于“中国互联网络发展状况统计调查”中显示,目前手机网民规模已经达到了 7.88 亿人,互联网普及率达到了 57.7%。



图 2 中国手机网民规模和网民占比

不仅是中国,世界各国都在发生变化,逐渐从移动互联网转变为智能互联网方面,人工智能和传统产业的结合是时代发展的必然趋势。很多 App 平台都已经实现了智能化发展 (Gu & Wang, 2020) 如: 今日头条 App 智能推荐用户感兴趣的信息, 淘宝 App 为客户更加精准地推送商品, 利用陪伴型机器人缓解居家老人孤独心理, 利用学习型机器人辅助学生学习, 尤其是以语言为主的汉语、英语等学科的学习。总而言之, 人工智能是生活、学习、工作的强力助推器, 要科学合理地将其应用于各行各业。

2. 人工智能在国际汉语教学中的应用成果

2.1 人工智能技术在国际汉语教学中现有的模式

2.1.1 微课教学

微课教学是国际汉语教学中较为常见的一种教学模式，利用此种教学媒介，通过视频和图片等形式，有利于提升学生对汉语的学习兴趣，提高老师的授课质量 (Yang, 2018)。国际汉语教学中涉及的词汇量较多，语法内容较为复杂，且外语思维和汉语思维之间存在较大差距。因此很多学生的学习压力过大，对单词记忆能力降低，严重影响老师的授课进度 (Yin, Zhao, & Liu, 2019)。但是采用微课的形式，借助多媒体设备，在课堂教学期间，利用视频以及图片，强化学习的思维导图环节和关系点，促使学生能在学习的过程中，有多种可以加深记忆的联系点，在明确单词含义后，了解其多种词性和表达形式，并增加对其的记忆方式。例如，在学习中国传统节日文化知识过程中，学生如果对中国文化了解较少，教师可以从中国传统节日流程入手，加深学生的记忆。教师可以在多媒体设备上播放大量有关于中国传统节日文化的视频或者图片，在了解的过程中，明确中国传统节日文化的由来，对其中涉及的词汇也会形成更好的了解。不仅如此，微课教学过程中可应用的方法非常丰富，学生的学习兴趣也会得到调动，教学效率也会得到提高。但如果微课教学应用时机不当、泛用、滥用微课，则会导致教学效率下降，教学视频占据大量的时间，师生的互动性也会随之降低。

2.1.2 慕课教学

慕课教学的大规模性、开放性、互动性、透明性都可以让国际汉语课程的质量的保证。对于国际汉语教学的活动而言，汉语慕课可以更好地提高国家软实力，向国外输送中国传统文化和思想观念，更大范围地传播中国文化 (Ou, 2018)。不仅如此，慕课自身的特点和优势，为世界各地的学习者提供了更多的机会，教师可以通过视频课程的方式，将中国的人文自然等风貌直观地呈现在学生眼前以激发学生的学习兴趣，让学生更好地认识中国，同时还可以利用慕课将中国文化传播给学生，在跨国界、穿越时空的文化交流中，使学生认识到中国文化的重要性 (Yin, Zhao, & Liu, 2019)。比如：泰国的孔敬大学就向学习者提供多种不同的慕课课程，传统武术、绘画、戏曲等。慕课和视频公开课最大的区别在于其内容更加丰富，对课程有着严格的设计，也会督促学生及时完成学习任务。比如：某慕课平台在进行国际汉语课程教学过程中，必须要完成课后作业，才能够进入下一阶段的课程学习，但视频公开课并没有任何要求，缺少互动和参与性，学习效果较差。此外，慕课的开放性和大规模性，需要教师投入更多的精力去准备。不仅如此，课程视频的制作、课件的设计、课程过程中在线答疑及课程结束后论坛社区的互动等都需要教师进行设计。因此，大部分慕课的质量较高。但是慕课在实际应用也存在一定的问题，因此需要采用慕课+传统教学模式的方式，通过互相补充的方式，完成具体的教学任务 (Liu, Zhao, & Fang, 2020)。

以初级国际汉语教学为例,教师在上课前,要先了解学生的学习起点,根据学生的原有认知和具体情况制定教学计划。比如:某校在进行国际汉语教学前,教师会要求学生依据自身学习情况,选择合适的慕课平台开展预习,通过预习补充语法、词汇知识,还会让学生在讨论区域进行汉语交流,从而让教师更具有针对性地进行知识讲解。然后在课堂开始的前一天,要求学生进行简单的测试,以此了解到学生存在的问题,预习、复习的情况,尽可能地照顾到每一个学生。在课堂教学过程中,可以采用传统的教学方法,让学生系统完整地把握住教学内容,切实提高教学效率,并且开设多种不同的课堂活动,调动学生的学习兴趣。比如:利用慕课视频播放小短片,举办不同的竞赛,如:汉语演讲、汉字大赛等方式,有效调动学生的学习热情,降低了慕课教学中的高退出率。

2.1.3 APP 教学

APP 作为一种辅助性智能信息技术,可以为多种和不同身份的汉语学习者提供平台,也能够作为教师的教学辅助道具,让文化教学和语言教学得到全面的结合,切实提高学生的跨文化交际能力 (Guo, 2018)。APP 教学种类有很多,类型不同,所具备的功能也不尽相同。以某国际汉语 APP 为例,不仅支持双系统文化学习,同时也会定期开展多种不同的文化活动,帮助学生更好的了解中国文化,吸收重要的词汇资讯。在实际发展过程中,教师可以利用这一 APP 开展更加丰富的汉语教学活动,促进学生对汉语语言的学习和理解。该 APP 一共包含用户、微课、知道、发布、消息五个模块,学生和教师均可以注册使用,APP 也会定期对文化活动、文化咨询、微课等动态进行推动,除了配套教程之外,还推出了一些特色的文化课程,以此让学生更好地了解中国文化,体会到文化的魅力。教师可以借助这一 APP 发布一些原创文化课程,如果学生反馈效果较优,则会升级成为正式课程。以知道这一模块为例,利用这一模块定期组织不同的文化活动,发布文化咨询。如:中文歌曲挑战、美食文化之旅等,还可以进行一些线上活动,如中国文化版本的“你画我猜”、“谁是卧底”等。以此提高学生对汉语词汇的了解,并且鼓励学生主动和其他人进行交流,提高汉语的交流能力和沟通能力。比如:该 APP 中《经理对我印象不错》一课中,学生可以点进课程进行学习,了解面试的着装、第一印象等,并且为学生推动和中国传统服装、面试一例等方面的课程知识,让学生可以在学习知识的基础上,对中国礼仪文化形成更加深刻的了解。在完成课程后,学生还要进行一定的练习,根据学生的答题情况,重新推送课程。学生在 APP 上打卡次数可以换取不同的奖励。教师也可以根据学生的答题情况,监督学生进行学习。但是由于 APP 的种类繁多,它们的功能不尽相同,每一种 APP 都会存在一定的局限性,比如:竞争优势较弱,教学内容过于单一,成本较高,教学的在场性较弱。国际汉语教学本身对文化体验和文化学习有这样较高的要求,如果没有长时间的面对面接触,那么会对教学造成一定的阻碍。

2.2 人工智能在国际汉语教学中的应用成果分析

从以上教学模式的应用中可以看出,人工智能技术在国际汉语教学中的应用成果主要体现在以下几个方面:第一,慕课和翻转课堂逐渐成熟并且得到大范围推广。在慕课和翻转课堂中借助人工智能帮助学生独立完成预习、复习、自习的任务,借助机器辅助学生反复进行语法、句型训练。此外,在实际发展过程中,机器也能够进行一些应试性刷题和格式化写作。第二,课堂活动更加新颖,教学内容更加多元化。人工智能技术的应用在一些高难度的汉语知识教学中,能够营造出相对轻松愉悦的氛围,充分引发学生的好奇心,降低学生的压力,从而主动投入到教育教学活动中,在汉字识记、汉语阅读等活动中,都可以借助智能技术开展。第三,人工智能在传播中国文化上也具有一定的作用。比如:利用 AR 技术再现中国建筑、中国古代场景,让学生体验不同的中国文化产品和中国文化行为,从而对中国文化的价值观、思维方式、交际风格形成更加深刻的了解,将师生互动和智能技术相结合,可以提高教学共情性,个性化特点,让学生的文化沉浸和共鸣程度得到大幅度提高。

2.3 人工智能在国际汉语教学中应用的可行性分析

通过微课教学、慕课教学、APP 三种教学案例,对人工智能应用于国际汉语教学中的教学成果有了一定认识,但是为了更好地把控智能技术发展情况以及三种教学模式的实际应用情况,进而得出人工智能在国际汉语教学中普及的可行性。本文通过实际的调查分析,利用图表数据全方位地观测这三个教学模式的建设应用情况。由上可知,智能技术在国际汉语教学中最大的作用就是为教师和学生提供教育教学资源,另外,学生对内容的丰富性和教学语言的多样化性有着较高的需求。在实际发展过程中,无论是微课、慕课还是 APP 在课程内容上都已经做到了内容丰富、涵盖面广、分类具体。以某校教师设计的微课体系为例,内容涉及日常生活、文化专题、中国历史、旅游介绍、娱乐活动、时事新闻、中国报刊、科学技术以及专业领域等多个方面的汉语,并且充分借助了多种不同的信息渠道,收集资讯。从基本形式上看,三个教学模式中,都提供了文本、网络课程和视听教材,这三种课程资源模式。微课利用微信、QQ 等平台提供课程教案以及相应的课程文本,慕课则拥有其相应的网络平台,可以基于 WEB 传递文本内容,APP 也是如此。但三者也存在一定的差异性,慕课会提供一个讨论区供学生提问,教师答疑,但是真正使用者相对较少,而且大部分微课和慕课的系列课程中,并没有包含课程内容的复习指导。三个教学模式都开展了不同程度的课程表评价和反馈,如:课程评分、问卷调查、基础考试等方面。相比较而言,APP 提供的测试更加权威和准确。

表 1 学术性支持服务对比分析表

项目	指标		提供服务情况		
			微课	慕课	App
学习资源支持情况	课程资源	课程资源	√	√	√
	数字图书馆	数字图书馆			√
学习过程支持情况	导学服务	课程选择帮助	√		√
		学习方法指导	√		
	学习辅导	课程内容答疑询问	√		√
		复习指导		√	
	学习监控、评价反馈	课程评价反馈	√	√	√
		入学测试	√		√
		学习效果评估及测试	√		√

表 2 课程资源形式统计表

课程资源形式	微课	慕课	APP
文本内容	√	√	√
网络课程	√	√	√
视听教材	√	√	√
直播课堂	√	√	√
中文电影	√		√
汉字练习	√		√
发音练习	√		

数据来源：2019 年中国教育新闻网发布的关于“2019 年教育智能化的发展”调查报告。

从其原始数据中，总结得出：微课、慕课、APP 在学习资源和学习过程中起到至关重要的作用，微课和 APP 在课程资源的搜集、导学服务、学习指导中发挥着积极作用，而慕课则更倾向于课程资源、复习指导、课程评价反馈中的应用。关于课程资源形式中，微课在文本内容、网络课程、视听教材、直播课堂、中文电影、汉字练习、发音练习中的应用比较广泛；APP 则无法在发音练习中发挥作用；慕课会更多地应用于文本内容、网络课程、视听教材、直播课堂当中。

总体而言，虽然人工智能在国际汉语教学中的应用并不完善，还存在一些问题，如人性化设计、时效性、线上线下的数据采集问题，教育教学的管理问题等。但是，通过各种课程模式的应用和案例分析，我们依然能够得出人工智能在国际汉语教学中的应用优势，而这些优势恰好为其在外汉语教学中的应用提供了可能性。

1. 国际汉语教学不是一蹴而就的，它是一项复杂的过程，需要在漫长的时间里设计活动、进行实践。在这一过程中，教学要面临诸多复杂因素，如教学环境、教师自身水准、学生的学习兴趣、学习状态、认知风格以及教学风格等。而人工智能最大的优

势就是能够为学生提供交互式的教学环境。AI 计算机能够综合处理字、图、语音等多种信息,同时通过分析这些信息之间的逻辑关系将其联结成一个智能系统,并通过综合性系统展示为学生提供交互式学习方式。另外,人工智能工具能够判断学生的汉语发音是否标准,及时纠正错误发音,且不会像真人一样嘲笑对方发音,这足以促使学生大胆尝试,从而改变国际汉语学习环境。

2. 在科技主导的信息化社会中,教师可以利用智能计算机依据不同学生的特点因材施教,为学生提供个性化教学,这也是人工智能应用于国际汉语教学中的最大特点。此外,人工智能在国际汉语教学中的优化作用及体现在能够实现真实环境的对话,还体现在能够为学生提供一个有效的个性化学习平台,让每个学生都能够在其最近发展区域中快速夯实汉语基础,提高汉语语言的综合运用能力。

3. 教师不仅可以利用人工智能系统给汉语课堂注入新鲜的活动,还能够帮助学生拓展学习内容,丰富学习资源。现有的汉语网络教学资源是丰富多彩的,在国际汉语教学中教师可以利用现有网络平台实现教学资源的共享,也可以根据学生认知方式、智力因素、学习需求动机为学生推送不同的学习资源。例如,有的学生喜欢中国戏剧,那么教师就可以利用人工智能搜索技术为学生搜集不同戏曲;有的学生喜欢中国古诗词,教师就可以为学生推送《诗经》《辞海》《声律启蒙》《唐诗》《宋词》等内容。总之,在国际汉语教学过程中,教师有效利用汉语教学资源是非常重要的,人工智能为教师搜索学习资源,丰富国际汉语教学内容,制定针对性教学提供了便利条件。

4. 人工智能作为一门新兴的信息技术,是处于研究的热点技术,将其应用于国际汉语教学中要求学生对信息化的系统有一定的了解和操控能力,在这种特定情况下,学生需要加强自身信息化知识修养和实际动手能力。在汉语学习过程中遇到问题后,能够通过人工智能汉语教学系统的引导逐渐找到解决问题的方法,甚至可以自主选择课程重难点、学习策略,从而总结出适合自己的个性化学习方式。

人工智能技术在国际汉语教学中的发展举措及远景分析

1. 人工智能在国际汉语教学中的发展举措

国际汉语的特殊性决定了教学方法的复杂性特点,在教育教学中,教师要从学生的发展特点入手,有侧重点地展开教学。比如:针对初学者,加强发音教学,充分利用人工智能技术,为学生播放发音视频,调动学生的学习积极性,为后续学习奠定良好的基础。而汉语中级能力的学生,在可以借助线上网络教育平台,为学生提供更加丰富、详细的课程教案,包括词语解释、段落分析、课文延伸等内容。同时利用线上平台和学生进行交流,帮助学生更好地理解文章。通过平台也能够更好地掌握学生信息,直观地了解到学生存在的缺

陷，对学生进行系统化训练，避免出现主次颠倒的情况。未来，利用虚拟显示技术进行国际汉语教学的过程中，可以将一些概念化的词汇知识具象化、立体化得展现给学生，以此激发学生的学习兴趣，但是也要有针对性地进行选择，这种技术并不一定适应所有的课堂，更无法代替教师。因此，要将传统国际汉语教学模式和智能化教学技术相结合，根据特定的课堂进行选择。如：学生汉语水平等级考试中就无法应用移动端教学模式，虽然可以对学生的日常训练起到一定的辅助作用，但想要学生高质量完成考试，还需要教师进行面授，在实际发展过程中，还要根据授课内容进行全面分析，从而充分发挥出智能技术的作用。随着人工智能技术的深入应用，国际汉语教师要对教学活动进行系统性的建设，以此真正实现资源共享，解决人工智能技术在教育教学活动中的参与度问题。从而为学生提供更加完善的分项技能训练课程，对学习过程提供支持。不只是在课堂上使用人工智能技术，在课后也可以借助人工智能技术，深化学生的汉语学习情感体验，改进沟通方式，对学生进行持续性关注，建立形成科学的服务教学体系，提供信息指导，对国际汉语教育教学模式进行根本上的调整和优化。

2. 人工智能在国际汉语教学中的运用远景分析

智能技术下，国际汉语教学拥有了全新的发展机遇，让教学活动移动化、便捷化，文化教学可以得到落实，教学的有效性也会得到根本上的提高。不仅如此，智能技术下教师的教学意识也会得到提高，教师可以更好地认识到智能技术应用在国际汉语教学中的应用模式，打破时间、空间上的局限性，通过人机交互等多种方式，实现全方面的教育教学活动，让学生可以地道地进行语言表达，感受语言背后蕴含的文化。智能技术下国际汉语教学还拥有更多的可能性，比如：人工智能领域中的虚拟现实技术，即 AR 技术，可以提高学生的情景体验感从多个角度来学习汉语。以词汇学习为例，学生在学习某个词汇时，利用特定的 AR 软件扫描这个事物，软件就会自动弹出关于这一事物的具体介绍，让学生全方位地感受到中国文化的魅力。未来还可以将这一技术应用在汉语历史文化、美食等方面，加深学生对中國文化的理解。人工智能技术和国际汉语教学结合，打破了传统教学模式，有效提高了教师的教学效率，并且让文化学习的情境性和体验感得到发展。在时代发展的过程中，教学和现代化技术还会得到更深层次的融合创新。

小结

总体来讲，人工智能技术的发展水平不断提高，随着人工智能应用范围的拓宽，将其应用在国际汉语教学中，已经是大势所趋。并且，越来越多的人对人工智能在教学中的应用开展了研究，如：南昌大学的陈颖对人工智能在中学英语教学中的应用进行了探究；教师武满芳对人工智能技术在教学中的应用进行了实践探究；高职教师张洁对人工智能在高职课程教学中的应用方法和策略进行了研究；华璐璐对人工智能促进教学的变革做了理论研究。利用人工智能开展国际汉语教学，既能有效提高外国学生学习汉语的兴趣，又能够改善教师的

教学质量，在一定程度上解决了国际汉语教学中存在的问题。但是，未来还要继续扩大研究范围，寻找新的发展机遇，全面推动国际汉语教学发展。

References

- Gu, W., & Wang, J. (2020). Application of Artificial Intelligence Technology in Chinese Teaching. *Software Guide*, 6, 39-43. [in Chinese]
- Guo, W. C. (2018). On the Application of Artificial Intelligence in Teaching. *Modern Economic Information*, (20), 412-415. [in Chinese]
- Huang, Y. (2016). Application and Practice of Artificial Intelligence in Teaching Management. *Vocational Education and Regional Development*, 2, 54-57. [in Chinese]
- Li, Q. (2015). Research on Teaching Innovation Practice of Artificial Intelligence. *Systems Engineering*, 159-162. [in Chinese]
- Li, C. L. (2019). Application and Research Focus of Artificial Intelligence in Foreign Language Teaching. *China Education Informatization*, 6, 29-32. [in Chinese]
- Liu, Y. X., Zhao, W., & Fang, K. (2020). Innovative Research on the Mode of Chinese Culture Promotion in the Era of Internet Plus. *International Public Relations*, 1, 143-147. [in Chinese]
- Liu, Y. L. (2018). The Application of Artificial Intelligence in Teaching. *Farm Staff Officer*, 23, 147-151. [in Chinese]
- Ou, T. Y. (2018). Research on the Application of Artificial Intelligence in Teaching Field. *Guide to Science and Technology Economics*, 23, 141-142. [in Chinese]
- Su, P. (2016). A Summary of Research on Teaching Chinese Characters as a Foreign Language. *Chinese Language Journal*, 10, 155-159, 166. [in Chinese]
- Wang, X. Y. (2013). *A Study on the Quality of Teachers of Chinese as a Foreign Language*. Doctoral Dissertation, Shanxi Normal University. [in Chinese]
- Yang, Y. (2018). The Development of Artificial Intelligence Technology and Its Application in Teaching. *Software Guide (Educational Technology)*, 7, 92-93. [in Chinese]
- Yin, X. Y., Zhao, L. F., & Liu, M. R. (2019). Artificial Intelligence 2.0 and Educational Informatization 2.0: A Perspective from the 3rd Vocational Education. *China Distance Education*, 1, 18-22. [in Chinese]



Name and Surname: Dan Ni

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Huachiew Chalermprakiet University

Field of Expertise: Chinese-teaching

试论语言偏见——读 R.A. HUDSON 《社会语言学》

LINGUISTIC BIAS BASED ON SOCIOLINGUISTICS BY R.A. HUDSON

范明新¹, 吴玉凤²

Mingxin Fan¹, Nareerat Watthanawelu²

^{1,2} 泰国宋卡王子大学北大年校区人文与社会学院

^{1,2} Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University, Pattani Campus, Thailand

Received: August 8, 2020 / Revised: November 12, 2020 / Accepted: November 17, 2020

摘要

Hudson 在《社会语言学》中论述“语言与社会不平等”时谈到了“语言偏见”现象,他认为:“人们以语言形式发送社会信息的信息源叫做‘语言偏见’。基于这一理论,本文试从人类学和社会语言学的角度对‘语言偏见’形成的逻辑、‘语言偏见’与文化差异、‘语言偏见’的特征、‘语言偏见’与社会不平等及‘语言偏见’的意义进行分析。通过举例分析发现‘语言偏见’存在于社交实践中,是一种普遍存在却容易被忽视的社会现象。‘语言偏见’能增强群体内成员的团结,但也可能引起群体间的矛盾。‘偏见’不等于‘歧视’,只有正视‘语言偏见’存在的事实,尊重群体文化的多样性,群体间才能更和谐地相处。

关键词: 语言 言语 语言偏见

Abstract

In sociolinguistics, Hudson talked about the phenomenon of “linguistic bias” when he discussed “the inequality between language and society”. He believed that the source of information that people use to communicate in language forms is called “linguistic bias”. Based on this theory and from the perspective of anthropology and sociolinguistics, this paper attempts to analyze the logic of the formation of linguistic bias, the relationship between linguistic bias and cultural differences, the characteristics of a linguistic bias, the relationship between linguistic bias and social inequality, and the significance of linguistic bias. Through analysis of examples, it was found that linguistic bias exists in social practice, which is a common but easily ignored social phenomenon. Linguistic bias can enhance the unity of members in a group, but it may also cause conflicts among various groups. “Bias” is not equal to “discrimination”; however, only by facing up to the fact that linguistic

bias exists and respecting the diversity of group culture, will different groups be able to benefit from more harmonious relations.

Keywords: Language, Speech, Linguistic Bias

引言

语言在人类社会中产生和发展。人类学视野中的语言是人们交流的工具,是民族文化的结晶。失去一种语言,就失去了民族文化系统中最为核心的部分 (Fu, 2002)。Marx 和 Engels (1995) 指出:语言 and 意识一样,只是由于需要,由于和他人交往的迫切需要才产生的。在哲学语言里,思想通过词的形式形成自身的内容,因而得出了这样的结论:语言是思想的直接现实。

当人们用语言交流的时候,在传递话语本身内容的同时,也对听话人发出话语之外的各种信息。说话人用语言形式,自觉或不自觉地向听者传达他们的籍贯、地位、身份,他们所属的或期望所属的某一社会群体;听者也往往对这些话语之外的信息予以极大的关注,特别是在与陌生人打交道的时候。Hudson (1990) 把这种以语言形式发送社会信息的信息源叫做“语言偏见” (Linguistic Bias)。在社会交往中,人们通常可以不通过谈话内容,而仅仅从说话人的语音、语调、语气、措辞、口音等,就可以推断出对方的职业、地位、籍贯、受教育程度,甚至由此决定与对方的亲疏取舍。理解“语言偏见”,需要时刻记住这里的“偏见”不全是我们生活中所理解的“偏见”,生活中的“偏见”是贬义词,带有歧视的意思,而 Hudson (1990) 的“偏见”意义,“歧视”只是作为“语言偏见”中所表现出来的一种对语言判断的态度。

“语言偏见”不仅仅是一种语言现象,也是一种社会现象,是人类社会化过程的一部分,它存在于人类历史各阶段社会生活的方方面面。它的表现形式是多样的,原因是多方面的。英国曾经播出过一个有关调查“口音对求职结果影响”的电视节目。节目中很多人接受了考试、面试,而最后结果是,如果能讲一口标准的 RP (全写为 Received Pronunciation, 基于英格兰南部受教育阶层的发音),就会比那些说话带地方口音比如说 Glasgow 或 Liverpool 的人获得一份工作的可能性更大一些。值得注意的是这个节目主持人的态度,在调查“种族和性别对求职结果影响”的节目中,主持人一脸严肃,语气极度关心,亦或义愤填膺。而面对“口音对求职结果影响”的调查时,主持人却语气轻松,面带微笑 (Hu, 2003)。

社会普遍认为“种族歧视”和“性别歧视”不能容忍,而对“语言偏见”带来的“歧视”却明显地不在意。

研究方法

本文基于 Hudson (1990) 的《社会语言学》，通过“举例论证”和“文献分析”的方法讨论了“语言偏见”的形成、特征和意义等内容。分析过程借用了“人类学”、“社会语言学”和“传播学”的理论。如“传播理论 (SMCR 模式)”、Saussure 的“社会语言学”理论和“人类学”的“族群认同”理论。

语言偏见形成的逻辑

Hudson (1990) 认为语言、言语和思维之间存在着一些接触点。从生理上来说，语言传入人的耳朵后，信息进入大脑，人开始分析这些信息，分析信息的过程就是思维的过程，这个过程受到诸多因素的制约因而变得较为复杂，思维的结果会通过言语反映出来。Saussure (1999) 认为言语是个人的，语言是社会的，言语只受制于个人，而语言作为一种社会制度，它是集体创造的，必然受社会制约。Hudson (1990) 则认为言语也要受到种种社会条件的制约，这种制约因素因社会的不同而表现出不同。语言是说话者头脑中用来组织言语的语法规则，即一种思维的深层结构。言语是交流的话语，是说话双方彼此听到的。从含义层面来说，语言和言语都是受社会条件制约的。言语方面的社会制约不仅应用于言语，也应用在了普遍的社会行为上，语言和社会对言语的制约是结合在一起的。

言语和思维是相互影响的。人们通过言语进行推理。言语使得这样的推理变得或简单或复杂，它起到了一个工具的作用。例如，A 和 B 住在同一座山里，A 对 B 说：“我的房子是山里最小的一栋”，B 可以很容易就找到 A 的位置；但如果 A 对一个不住在这座山里的 C 说：“我的房子是山里最小的一栋”。听完 A 的描述，对 C 而言，要找到 A 的住房非常困难，由于 C 掌握的信息相对 B 来说少得多，成为了“语言偏见”较为劣势的一方。由此可见，“语言偏见”是在信息传播过程中产生的。

因此我们可以根据传播学理论 (SMCR 模式) 来分析“语言偏见”形成的逻辑：此案例中信息发起者为 A (Source)，传播的信息 (Message) 为 A 描述的内容，传播的渠道 (Channel) 为声音，接受者 (Receiver) 为 B 和 C。当 B 和 C 接收到 A 传播的信号后，对 A 发出的信号进行分析，B 和 C 的背景不同，思维的过程和结果必然不同，对同一信息“我的房子是山里最小的一栋”产生了不同的反映。

语言是一套法规，但是人们可以通过活跃的思维改变语言的结构，在原有法规的基础上进行新的“排列组合”，通过言语表达出说话者的思维。思维是多变的，因此言语的表达也呈现出了多样性。人们的“语言偏见”来自思维，来自人们对事物的看法，不同的看法形成不同的思维，“语言偏见”所呈现出来的表象也就不尽相同。

语言偏见与文化差异

语言是文化的一个重要的组成部分。人们的语言表现形式无时不受社会要素的影响和制约。语言的这种社会属性决定了语言研究不能局限于语言本身,而是应该把语言放到一定的社会文化背景下来考察。文化是人类物质财富和精神财富的总和,它渗透于社会生活的各个方面。文化对语言的形成、发展和变化产生着深刻的影响。因此文化也自然成为“语言偏见”中使用的标准之一。例如,中华文化与西方文化之间既有人类共有的特点,同时也在很多方面大相径庭。中华文化源远流长,它曾源于古代的朴素哲学思想。诸如(易经)中的灵变顺天的思想,儒家的中庸谦和的思想,道家的保守归真的思想等,使得中国传统文化有着自然和谐、谦敬顺畅的思想内涵。当一个美国人称赞一个女孩:“You are so beautiful”时,被称赞的若是美国女孩,她会自然且开心地说:“Thank you”。可当被称赞的是中国女孩时,她往往会表现得较为谦逊或不好意思。为了表现中国文化谦敬的美德,在对待同事或师长时,我们一般不会直呼他们的姓名,而往往习惯于在他的姓前加上他的职务或头衔,于是出现了一些不太符合英语表达习惯的“中式英语”,如 Teacher Wang (王老师), Zhang Sir (张警官等)。来自英语国家的人也对此类词汇的意义很是迷茫。因此,中国人和西方人在进行交流时,“语言偏见”语言偏见”是突出的。

“语言偏见”使得不同群体对同种事物产生不同的态度。在中国人心中,“东风”象征“春天”、“温暖”,它吹绿了中华大地,使万物复苏,故有“东风报春”之说,所以中国人偏爱东风。而英国的“东风”(East Wind)则是从欧洲大陆北部吹来的,象征“寒冷”、“令人不愉快”,所以英国人讨厌“东风”。不过英国人喜欢“西风”,它给英伦三岛送去春天,故有“西风报春”之说。英国浪漫主义诗人 Shelley 就曾写有一首脍炙人口的(西风颂)(Ode to the West Wind)。在诗的最后,一句名传千古的佳句表达了他对未来的美好憧憬和坚定信念: Oh, the west wind, if winter comes, can spring be far behind? (啊,西风,假如冬天已经来临,春天还会远吗?)理解此诗时应在这地域文化差一异作注释,否则会给缺乏英国地域文化知识的一些汉语读者造成困惑或误解 (Ji, 2006)。

在中国 56 个民族中,群体间的“语言偏见”也很常见。1989 年,意大利社会心理学家 Maass 在群体偏见范畴内提出了一个新的概念——群体间的语言偏见 (Language intergroup prejudice) (Jiang & Yang, 2015)。何为群体间的“语言偏见”?简单说来就是:当描述一个内群体成员的积极行为或外群体成员的消极行为时,人们往往使用更为抽象的语言(比如自己本民族的语言或者只有群体内成员才熟知的语言);而当提起内群体成员的消极行为或外群体成员的积极行为时,人们则使用更加具体的语言(比如彝族人和苗族人使用普通话进行交流) (Zhao, 2012)。云南的汉族人会称呼彝族“倮倮”,“倮”云南人认为是不讲道理的意思,而称呼苗族为“老苗子”,也有类似歧视的意思,但这样的称呼只有在汉族人团体中才会存在,

当有彝族人或者苗族人在场时，汉族人往往会亲切地夸赞他们少数民族的服装好看。少数民族之间同样也有类似的“语言偏见”，一个村寨的傣族人不喜欢隔壁村寨的佤族人，当着佤族人的面傣族人用傣语嘲笑佤族人吃老鼠，而又用汉语卖东西给佤族人；反过来笔者也遇到过一个佤族人一边用汉语夸赞傣族小姑娘卖的蔬菜新鲜，一边用佤语抱怨菜价昂贵的情况。

很多汉族和彝族在打交道时，一开始就知道对方是彝族的话，潜意识里已经对交往对象贴上了“野蛮”的标签，也就是把对一个群体的偏见带到了意识当中，那么在交谈中，也是带着一种文化倾向（认为本族文化优越于其他族群），而且在文化的不断交流中，彝族也会被动地接受了汉人文化比自己优越的意识。因此，今天才发生了这么大规模的少数民族文化汉化的现象。在田野调查中，在和彝族人交谈中总是能听到这样的句子：“我们彝族……”，“你们汉族……”。和少数民族的交往过程中可以看见明显的“语言偏见”现象，当然也要注意这个偏见中歧视的态度在国家的政策中得到了淡化，现在更多显示民族群体之间的差异，即“我们”和“你们”的不同。

文化差异，特别是群体间的文化差异是偏见形成的重要因素。“语言偏见”强化了群体内成员的文化认同。

语言偏见的特征

1. 语言群体性

“语言是作为群体的一个成员标志。人们使用语言，为的是确认他们所属的（或者希望被人认为他们从属于）特定社会群体，这样别人按照自己评价该群体的标准去评价他们”（Hudson, 1990）。这里所说的群体，是指交谈双方所对应的群体。说话者好似“群体代言人”，而听者则在听与判断说话者的信息，很大程度上也是对对方群体与自己群体的比较与判断，确定对方的身份、社会地位、性格等。

群体只是个相对的概念，它是不固定的，人们可能选择不同的群体标准。例如，一个中国人和一个外国人谈论文化时，那么群体选择可能就是中国人与外国人；一个男教授和一个女教授谈论女权研究时，所涉及的群体就是男性群体与女性群体。群体的不确定性也就使得人们判断的标准产生多重性，那么语言偏见也会显得更加明显。比如群体 A 喝红酒，而群体 B 喝白酒，群体 A 的成员可能会认为喝红酒本质上是比那些喝白酒的人更酷，然后他们把此作为论据，证明他们比群体 B 优越。当然，群体 B 也可以用同样的方法来证明群体 A 不如他们酷。

如果把个人与个人之间简单的话语，如用“我是老师”这样的话来判断一个群体，则群体性不是“语言偏见”的必然条件。要强调的是“语言偏见”中对于言语的判断是产生于言语的外在形式，而非言语的内容，如 Hudson (1990) 所说的由于语音、语调、语气、措辞、口音等的不同，形成的一个判断。

2. 语言双向性

谈话总是需要两个或两个以上的人进行的。演讲虽然是一个人在讲，但也能形成“语言偏见”。比如通过一个英语演讲者的语音、语调和用词等方面来判断其是否留过学，从哪个国家留学归来等信息。

“语言偏见”的语言双向性表现在两个方面：

第一个方面就是言语双方是群体的代表。一个四川人和一个云南人谈话，语调上就明显地把这两个人分为不同的群体，所以两人初次交谈时内心可能存在这样的观点：我和他不一样，我是云南人（我是四川人），他是四川人（他是云南人）。这是群体认同的例子。群体认同的一个基本因素就是语言认同。所以更为广义地说，只要两个人说话，就产生了相互区分的观念。例如，从说话内容来看，甲对乙说：“我们老师是不放假的”。那么隐含的群体是“教师群体”和“非教师群体”，或是一个“放假的群体”和一个“不放假的群体”。

第二个方面是言语双方的偏见是相互判断得出的。意思是甲判断乙时，乙也在判断甲。只有相互判断，才能形成对比，进而形成偏见，最后展现出了偏见后的态度和行为。例如一个公司想要招聘一名秘书，一个彝族来参加面试，当他听到面试官用普通话向他提问时，他用不太标准的普通话回答了考官的问题，面试过程中双方都在彼此判断。最后由于求职者的普通话不标准，面试官拒绝了他。带来的影响是：这个彝族因此认为只有说好普通话的人才能找到秘书类工作，而这个面试官会认为彝族甚至是少数民族的普通话不标准。因此，“语言偏见”产生于双方的互动中。

3. 语言信息性

语言的“信息性”是指人们说的话包含很多信息，“语言偏见”正好产生于语言信息上，人们根据话语的含义进行判断，也会根据听话者的经验和情感有选择性地表达信息。“语言偏见”可能会出现偏差或者错误。

要获取一个人的语言信息，通常的方法是让他对句子做出判断，但是倘若他讲一口非标准的语言，但是也熟悉标准的语言，那么这样的方法就显得没有效果，因为他的判断总是根据标准语言而不是根据他习惯的言语。例如，一个来自少数民族地区的汉族，说着一口拥有少数民族口音的汉语，当他和一个城里的汉族交谈时，城里人可能会根据经验判断他为少数民族，进而把对民族的消极看法放到此人身上。那么这位少数民族地区的汉族可能把这个偏见判断成其它原因，可能认为城里人看不起他这个农村人，或是对他本人有什么意见等。一个消极的“偏见”（根据 Hudson 对偏见的概念，笔者把偏见分为积极的偏见和消极的偏见。所谓积极的偏见是指对说话对方形成好的或是中立的态度或判断的偏见，而消极的偏见是对对方形成不好的态度或判断的偏见）。就是通过误解而产生的。

“语言偏见”产生是带有选择性判断的，产生这种结果的原因是多方面的。可能由于谈话双方表达的不清楚，使客观上的信息不完整性，也可能是故意的表达不完整。最可能的原因是说话双方的经验和文化背景，直接影响着对言语的理解和判断。那么，经验和文化背景的多样性和差异性必然导致“语言偏见”的长期存在。想要消除几乎不可能，但是消极的“语言偏见”可以通过不断的文化适应得到缓解。

语言偏见与社会不平等

由于存在主观的或客观的标准，每个人都会采取一些标准来评价自己的语言。语言本身呈现出了不平等的现象。语言的不平等现象会引起一个问题：“它使人们不能注意到语言作为社会不平等的一个潜在根源”。换句话说“语言偏见”的实质是社会的不平等。这种不平等主要表现在三个方面（Hudson 把这三个方面的不平等称为“三类语言的不平等”）(Hudson, 1990)。

第一方面，主观不平等。它涉及到人们对彼此语言的看法。在一些社会中，按照人说话的方式判断人的智力高低、友情深浅、以及诸如此类的品质，尽管这样一种根据言语作出的判断可能完全是错误的 (Hudson, 1990)。从 Hudson 的观点来看，主观上的不平等造成了社会的不平等。

但是主观上的不平等也可能来自社会中的不平等因素。例如民族偏见中对语言的偏见，一个原因是在历史长河中确实存在着民族的不平等，这种客观上的不平等导致了主观上的不平等，即出现主观上的偏见意识。并把这种偏见用于某一民族的某一显著文化标志。语言正好是这一显著标志之一。因此，虽然社会在发展，文化在变迁，文化仍然存在，文化传承也还在继续，主观上的不平等要完全消除是不可能的。那么语言偏见的实质之一就展现为主观上的不平等。

第二方面，纯语言的不平等。语言不平等与纯语言不平等是不同的概念。Hudson (1990) 说：“纯语言的不平等与一个人所知道的语项有关”。根据他的解释“语项”是与语言结构理论有关，可以理解为语言的结构，包括词项和各种各样的规则。不容怀疑的是人们所知道的语项反映了他所拥有的经验。经历不同，人们所知道的语项范围就不同。这在词汇方面特别明显。比如学民族学的人，对不同文化的词语可能比一般人掌握得要多，那么在交谈中谈到的文化词可能是别人不能明白的，在这一情况下，无形中就具有了一种优势，那么偏见也就更容易产生。大人和小孩子的话语也是在纯语言上出现明显的不平等。这里的纯语言不平等的解释要立足于语言中的词汇方面。不是组成言语的规则出了问题，而是人们使用不同词汇形成了语言的偏见。那么，追溯人们对于词汇掌握的差距源头，主要还是由于社会的不平等。比如说社会教育的不平等，使得受过教育的人和没受过教育的人本身就存在着语言的偏见。另外，上面所提到的大人与小孩词汇的差别虽然不是由于主观的社会不平等“主观的不平等”，笔者的意

思是这种不平等不是人们有意造成的,而是生理或其它人为无法改变的状态下的不平等)。造成的,但不平等的现象是事实。

第三方面,交际的不平等。它说的是怎样运用语项成功地进行交际的知识,而不是语项本身的知识 (Hudson, 1990)。交际不平等指的是运用言语同他人交谈时所需要的那种知识和技能。它也包括说话人选用语言变项来显示出讨人喜欢的方式上的不平等。这似乎带有一种情景性,即以上所提到的人们选择不同的思维来表现语言。但思维是主观的,而谈话时所选择的知识和技能差别却是客观存在的。这与人们如何获得不同词汇有相同的原由。一个留过学的和一个没有留过学的人,依然在说话的方式上会有一些不同。举个简单的例子,在严格的等级制度下,如英国,我们可以从一个人的穿衣打扮和言谈举止上,大概判断出此人是平民还是贵族。说话是有规则的,这种规则最终演变成一种知识或习惯,指导着在这一阶层上的人。因此,语言在一定程度上存在着阶级性,这是由于社会不平等造成的,表现出来的就是在交际上的不平等。

语言偏见之意义

探讨语言意义,这是一个哲学意义中的问题。当我们阐明一个语言表达式的意义时,我们要明白关于这个语言表达式说了什么 (Alston, 1988)。最后,要说明的不是某句话的意义是什么,而是要探讨“语言偏见”的表象。

“语言偏见”成为社会地位的象征。讲某种语言的人群已经“掌握”了统治讲其他语言人群的大权。而这种语言的地位仅仅反映其使用者的社会地位和经济地位。通常,统治阶层和上层社会群体使用“标准”或“正式”语言,反之,下层社会群体使用“非标准”或“非正式”语言。不同社会群体人们的不同语言特点给听者传递了判断他们社会背景的信息。人们使用语言,以便使他们在一个多维的社会空间中有一个位置。从说话人的角度出发,这是一个传递有关他自己信息的方式——说明他是哪一类人(或希望被看作是哪一类人)和他的社会地位。同样的,听话的人也从他的话语中得出有关他的结论:他的性格特点以及其他方面的品质。

其次,语言偏见成为人们群体意识强化的因素。没有语言的偏见,群体差异就无法得到显现。人们根据说话人来判断此人是否和“我们”是同一类,以达到判断我们是否具有某些共同的利益。这一判断的好处无需阐释,功能都是显而易见的。“人们在交谈中往往都是存在着语言偏见的”,虽然这一说法有些夸张,但是不可否认的是人们总是在说话中比较,只要有比较,无论是个人的比较还是群体的比较,都会起到一个差异性得到突显的效果。那么作为以群体为特征的“语言偏见”,便能促进群体强化意识的功能。

最后,语言偏见展现了人类文化的多样性。上面已论述人们的思维决定了人们如何表达,也提到人们怎样用自己的知识技能来进行交流,而且人们也是根据自己的经验对说话者

的言语进行判断，所有的这些都呈现出了一个多样性的特征。归根到底，“语言偏见”表现出来的就是人类的智慧和人类文化的多样性。

结语

“语言偏见”是一种语言现象，也是一种被大多数人忽视的社会现象。提到“偏见”，大多数人可能和笔者一样，认为这是一个不好的结果和现象。笔者通过 Hudson 的《社会语言学》，对于“语言偏见”有了新的认识：偏见是跨文化交流的主要障碍之一，也是跨文化交流研究的重要问题 (Xiong, 2011)。“语言偏见”可能产生如语言歧视一样的负面影响，但也可能形成强化群体意识的功能。意识到“语言偏见”的存在，我们可以在民族冲突等问题中多一个解决问题的思路 and 方向；在语言文化多样性的社会多一份尊重和谅解；“语言偏见”在群体之间普遍存在，它能成为群体内成员意识强化的因素，也可能成为群体与群体之间分歧的导火线，群体之间应该正视“语言偏见”，利用“语言偏见”加强内部团结，群体外则选择尊重彼此多样的文化。

References

- Alston, W. P. (1988). *Philosophy of Language*. Beijing: Sanlian Bookstore Publishing House.
- De Saussure, F. Translated by Gao Mingkai. (1999). *General Linguistics Course*. Beijing: The Commercial Press. [in Chinese]
- Fu, X. (2002). Language and Culture from the Perspective of Anthropology. *Academic Forum*, 6, 112-115. [in Chinese]
- Hu, G. (2003). Viewing Linguistic Bias from Social Cognition. *Journal of Chongqing Petroleum College*, 3, 21-23. [in Chinese]
- Hudson, R. A. (1990). *Sociolinguistics*. Beijing: China Social Sciences Press. [in Chinese]
- Ji, C. (2006). *The Impact of Cultural Differences on Language Comprehension*. Management Theory and Education Research, 2, 452-453. [in Chinese]
- Jiang, Y., & Yang, H. (2015). Intentions Behind Language: The Linguistic Inter-Group Bias. *Advances in Psychological Science*, 12, 2142-2152. [in Chinese]
- Marx, K., & Engels, F. (1995). *Selected Works of Marx and Engels (Volume 1)*. Beijing: People's Publishing House. [in Chinese]
- Xiong, W. (2011). A Study of Discourse Bias in Intercultural Communication: A Critical Discourse Analysis Approach. *Journal of Theory Monthly*, 9, 76-80. [in Chinese]
- Zhao, X. (2012). Language Prejudice Between Groups. Philosophy and Humanities. *Journal of Theory Monthly*, 3, 84-87. [in Chinese]



Name and Surname: Mingxin Fan

Highest Education: Master Degree

Affiliation: Prince of Songkla University, Pattani Campus

Field of Expertise: Ethnology



Name and Surname: Nareerat Watthanawelu

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Prince of Songkla University, Pattani Campus

Field of Expertise: Chinese Language and Culture, Chinese as Foreign Language

以 IPA 分析法评估泰国 A 大学的中国留学生宿舍服务品质

EVALUATION OF SERVICE QUALITY OF A UNIVERSITY DORMITORY FOR CHINESE STUDENT IN THAILAND USING IPA TOOL

龙正翔

Zhengxiang Long

上海泉坪电子科技有限公司

Shanghai Quanping Electronic Technology Co. Ltd, Shanghai, China

Received: September 9, 2020 / Revised: November 6, 2020 / Accepted: November 12, 2020

摘要

本研究以泰国 A 大学 224 位中国留学住宿生为研究对象, 采用 PZB 服务品质为基础理论进行探讨研究, 目的为分析 A 大学中国留学生对宿舍管理重视度与满意度的现况, 以重要绩效程度法 (IPA) 找出 A 大学宿舍服务品质中急需改善的项目, 为 A 大学后勤部提供参考建议。

经过分析结果发现, 提供住宿生便利的服务时间、宿舍内具有现代完善的设备、宿舍及公共区域设有足够的网络 wifi 以及流畅的网络速度、宿舍内外及周边环境安静不吵闹、能够迅速解决住宿生的抱怨与不满等五项为 A 大学急需改善的项目。A 大学须将前述 5 项列为首要改善的项目, 来提高学生住宿的满意度。

关键词: 中国留学生宿舍 住宿服务品质 重要-绩效程度法

Abstract

This research takes 224 Chinese students studying abroad in A University in Thailand as the research object and uses the PZB service quality as the basic theory to conduct research with the objective of analyzing the current situation in terms of the importance and satisfaction of Chinese students in A University with regard to dormitory management. The Importance-Performance Analysis (IPA) to examine the A University dormitory service quality indicates the need to improve several projects, which will provide reference suggestions for the Logistics Department of A University.

According to the analysis results, it is found that five projects are urgently needed to improve A University: providing convenient service times, modern and new equipment in the dormitory, adequate wi-fi networks in the dormitory and the public areas of the dormitory, consistent network speed, a quiet and calm environment inside and outside the dormitory, and quick solutions in response to the complaints and grievances of the students. A University should regard the five items above as the top improvement priorities to increase students' satisfaction with their accommodation.

Keywords: Chinese Student Dormitory, Service Quality of Accommodation, Importance-Performance Analysis

引言

1. 研究背景

中国与全球化智库 (Center for China and Globalization, CCG) 研究编著 Wang & Miao (2016) 指出, 在国际留学蓬勃发展的大潮中, 中国国际留学情况将牵动全球国际留学发展态势; 2015 年中国在海外留学生为 126 万, 约占全球国际留学生的四分之一, 也就是说每四个国际留学生中就有一个为中国人, 中国的海外国际留学生对国际留学态势有着举足轻重的影响。

在高等教育国际化的过程中, 高等教育区域化已成为一个显著特点。随着东盟一体化的进程, 东盟国家之间的高等教育一体化也越来越被重视, 推出 “Common Space of Higher Education” 计划。东盟高等教育已有 “东南亚教育部长组织”、“东盟大学网络 (ASEAN University Network, AUN)”、“东盟教育保障组织 (ASEAN Quality Assurance Network, AQAN)” 等机构或组织。中国目前是泰国最大的贸易伙伴、出口市场和最大游客来源地, 加上 2007 年中国教育部与泰国教育部长共同签署中泰两国学历学位互认协议, 极大推动两国高等学校的学分互认, 便于中泰两国学生在彼此国家进一步学习深造。来泰国留学的中国学生也是日益增多。

泰国成为中国留学生在亚洲的热门留学目的地。据泰国驻昆明总领事馆称, 2016 年中国大约有 3 万人在泰国留学, 分布在泰国 44 所高校 (Zhou, 2016)。其中泰国 A 大学的中国留学生就占三千多人, 约占整个泰国 44 所高校中国留学生的四分之一 (Xu, 2017)。本文选择 A 大学的中国留学生作为研究对象, 对研究该主题具有代表性。

2. 研究动机

留学生的住宿生活很大程度上会影响其学习生涯, 也就是说他们的居住环境将对这些留学生产生重大影响。提升教育品质是各高校的重要课题, 良好的学习环境有助于提升学习成果, 因此塑造一个优良的学生住宿环境, 对学校而言是重要的议题, 若宿舍的品质能提升, 将吸引更多学生入学。而宿舍品质是否完善取决于住宿生的感受, 因此校方应积极了解

学生对住宿品质的满意度，并且尽力改善缺陷；如此一来，学生不仅拥有良好的住宿与学习环境，对校方的营运方面也会有正向的回馈。

学校以培养其具有完美人格与专业知识为目的，欲达成此目标非单纯在教室上课即可，在课后活动、宿舍生活或更多的时间上，应设计更多可促进学生学习的功能，而宿舍是学生在外的第二个家，必须让学生能感受其中的温馨，在宿舍能快乐地生活，各项设施及规范能考虑住宿生的需要与方便，让学生在努力学习后的疲惫身心能有一个能放松及补充能量的地方，将有助于学业的完成 (Liu, Wu, Qiu, Lin, Zhan, Lu, & Liu, 2010)。

3. 研究目的

依据上述研究动机，本研究探讨的目的如下：

3.1 基于 PZB (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) 模型探讨住宿生对宿舍管理服务项目的重视度与满意度。

3.2. 使用 IPA (Importance Performance Analysis) 找出急需 A 大学改善的宿舍服务项目。

文献探讨

1. 服务品质

Parasuraman, Zeithaml, 和 Berry (1985) 认为服务品质的特性包括三点：(1) 对顾客而言，服务品质的评估，比一般对产品品质的评估来的困难；(2) 顾客对服务品质好坏的满意，通常来自于顾客本身重视所应得到的服务，与其实际上所感受到的服务，两者比较的结果；(3) 品质的评估不单单只是针对服务的结果而已，同时也包括对服务传输过程的评估。

过去曾有多位学者提出衡量服务品质的概念性模型，其中以 1985 年英国剑桥大学的三位教授 Parasuraman, Zeithaml, 和 Berry 所提出的模式最为完整。其 PZB 服务品质模式可以获知消费者的重视与实际满意一致时，消费者会对服务品质感到满意，而服务品质高低判断是依靠消费者对实际服务的感受超过重视的程度。PZB 模式主要探讨服务业者无法满足顾客的原因，并强调顾客是服务品质中重要的决定者，PZB 三位学者在此模式中提出五个服务品质的缺口 (Gap)，分别是：(1) 消费者重视与管理者对消费者重视的满意之间的缺口；(2) 管理者满意与服务规格之间的缺口；(3) 服务品质规格与服务传达过程的缺口；(4) 服务传达与外部沟通的缺口；(5) 顾客重视与体验后的服务缺口。这五个缺口是服务业者无法达到顾客重视的原因。其中缺口 1 到缺口 4 是服务业者提供服务时所产生的落差，缺口 5 则是由顾客对服务的重视与实际满意间的差距来决定的。

2. 服务品质评估衡量表 (SERVQUAL)

Parasuraman et al. (1985) 以广泛且深入的消费者行为调查, 发现 10 项与服务品质密切相关的因子。这些因子构成顾客对服务品质的知觉系统。为避免此 10 个构面间的重叠性, Parasuraman et al. (1988) 将原来的 10 个构面浓缩成由 22 项所组成的 5 大构面, 衡量方式以顾客主观的态度为基础, 将顾客对服务重视度与实际满意度的差距作为衡量服务品质优劣的标准。该量表简称 SERVQUAL (Service Quality)。

在 SERVQUAL 量表中, 22 个项目的每一问项皆可分成两部分, 一是衡量顾客对服务的重视度, 另一个则是顾客接受服务后实际感受到的服务满意度。再将两者加以比较后而得到“满意品质”的衡量。如果所得到的衡量值是负值, 表示顾客满意远低于顾客重视时, 则应立即采取对策加以改进。

3. 学生宿舍服务品质

大学生的生活形态包括教学生活、社交生活、与私人生活三者, 这三项生活形态几乎都会发生在住宿生的住宿环境里。宿舍是教育的一部份, 要促进住宿学生的学业、社交、身体及精神各方面上有更好的发展, 即大学宿舍的主要目的并不是屋子, 而是教育本身及教育的影响、结果、更是建造教育环境和文化环境 (Xu, 2002)。所以学生宿舍的优良与否、直接影响到留学生教育目的的完整性。

大多数留学生认为住学校宿舍的理由是安全、方便、省时、省钱。同意宿舍是群体生活的场所及休息睡觉之处, 与学校管理单位对宿舍定位相符。目前泰国大学宿舍环境状况不同、但多数呈现学生宿舍编制人力不足、宿舍硬件规划所提供设备等级不同, 学校兴建宿舍以容纳人数为主要考虑, 尤其是早期兴建的旧有宿舍, 甚少考虑到生活的人性化及有利读书、健身和联谊活动等前瞻性问题, 应在整修或改建时改进。

本研究重点参考 Lin (2002), Liu, Xie, 和 Wu (2006), Hong (2006), Chen (2007), 和 Liu et al. (2010) 等人对于高校宿舍服务品质的研究, 筛选出适合泰国 A 大学中国留学住宿生宿舍服务品质的测量项目。

4. 重要-绩效程度分析 (IPA) 与服务品质 (PZB)

重要-绩效程度分析 (Importance Performance Analysis, 简称 IPA) 是一种可用来衡量消费者对于品质属性的重要程度与满意程度的分析工具, 并可做为服务业改善服务品质与营销策略决策的依据 (Hansen & Bush, 1999)。通过 IPA 分析可了解经营者服务品质的优点与缺点, 并将重要度与绩效程度的平均值, 绘制在二维矩阵中, 将各种服务属性区分成高重要高表现, 高重要低表现, 低重要低表现, 低重要高表现四个象限。Hollenhorst, Olson, 和 Fortney (1992) 则认为, 以 IPA 的重要程度与绩效水平的总平均 (Overall mean) 作为 IPA 二维矩阵坐标轴的分隔点, 品质属性的分布情况将更具判断力。

IPA 应用的范围广泛, 并且适用于各种产业, 同时重要-绩效程度分析法 (IPA) 与服务品质 (PZB) 应用的相关研究也是非常多的, 比如 Chen (2007) 的高校宿舍方面的研究; Zhang 和 Jia (2019) 的厦门市地铁服务品质的改善决策研究; Huang (2015) 的游泳馆的研究; Yu, Zhao, Hong, Yang, 和 Lin (2018) 的儿童医院服务品质研究等等; 故采用 PZB 服务品质与 IPA 相结合的方式本文研究。

研究方法

1. 研究框架

本研究主要目的在于分析泰国 A 大学中国留学生宿舍服务品质。本研究首先采用 SERVQUAL 量表的 22 个基础问项及增加相关文献的问项, 作为本研究的前期测量表, 再根据项目分析进行量化分析, 删除不符合要求的问项后, 生成本文正式问卷; 通过探索性因子分析后, 找到 A 大学中国留学住宿生宿舍服务品质的重视度与满意度的新构面。

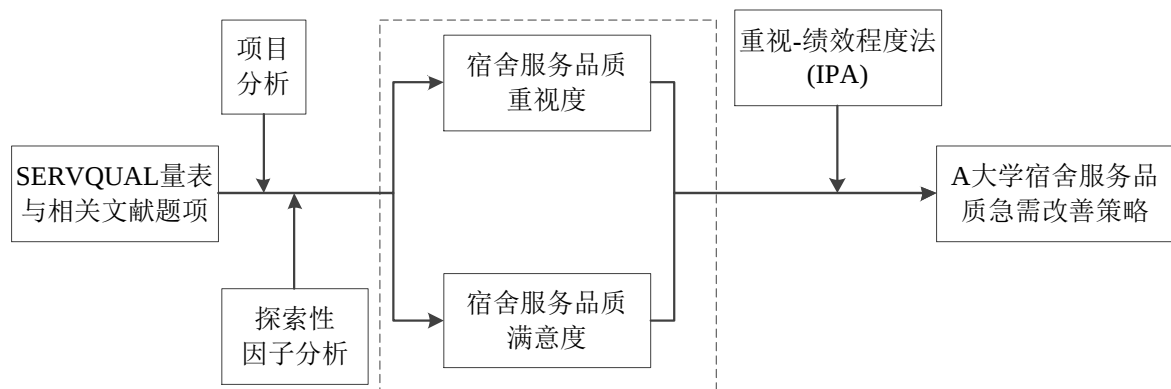


图 1 观念性研究架构图

图片来源: 自行整理

如图 1 所示, 通过探讨泰国 A 大学中国留学住宿生宿舍服务品质的重视度与满意度的新构面, 藉以发现住宿生对学校宿舍所提供服务项目的重视度与满意度, 此为目的 1 的研究分析。将缺口五所得到的数据, 用重要-绩效程度法 (IPA) 将各品质项目的品质属性以四象限来区分, 重点针对第二象限急需改善区的品质项目, 以决定品质改善的策略, 此为目的 2 的研究分析。

2. 问卷设计

本研究编制问卷经专家学者指导, 题项设计参考 Parasuraman et al. (1991) 建立的服务品质模型, 采用 SERVQUAL 量表的五个构面二十二个问项为主要架构与基础, 依照学校宿舍特有的性质, 增加 Lin (2002), Liu et al. (2006), Liu et al. (2010), Hong (2006), 和 Chen (2007) 的文献里的题项, 设计出问卷题项, 共计 36 题。并采用李克特 5.0 尺度计分法。

3. 抽样设计

3.1 界定母体

以 2019 年度而言, 泰国 A 大学中国留学生约有 3200 人, 因探讨留学生宿舍的管理服务品质, 故以在学校住宿的中国留学生为对象, 其中中国留学生宿舍房间约 763 间。共约有 1352 个床位, 考虑空床率, 则住宿在宿舍的中国留学生共约有 1300 人左右。

3.2 样本数的决定

本研究为抽样问卷调查, 统计结果代表母体全部, 在此使用 Dillman (2007) 提出的公式:

$$N_s = \frac{(N_p)(p)(1-p)}{(N_p - 1)(B/C)^2 + (P)(1-P)}$$

其中 N_s 为需完成的样本数; N_p 为母群体规模; $(p)(1-p)$ 是母群体异质性程度, 其中 p 值为预期比例值 (Proportion expected to choose one of two responses if dichotomous scale), 通常设 0.5 (Dillman, 2007); B 为可容忍的抽样误差, 通常设 0.05 (抽样误差正负 5%); C 为可容忍的信赖区间 (信心水平), 通常设为 1.645 (该数值为可接受的信赖区间 90% 所对应的 Z 分数)。故求得最低所需样本数 $N_s = 224$, 在 $N_s = 224$ 份时, 抽样误差精确度为 $\pm 5\%$, 可信度为 90%。

3.3 抽样方法

本研究使用任意抽样法。任意抽样也叫“便利抽样”, 是指调查人员本着随意性原则去选择样本的抽样方式。任意抽样适用于探测性调查, 或调查前的准备工作。一般在调查总体中每一个体都是同质时, 才能采用此类方法, 本研究调查对象与发放对象为泰国 A 大学中国留学住宿生, 每个调查对象都为 A 大学的中国留学生, 同时也是 A 大学宿舍的住宿生, 每个调查对象都是同质的, 所以本研究采用任意抽样法。

资料分析

本文于 2019 年 5 月 1 日到 5 月 20 日进行正式问卷发放, 发放问卷为网络问卷, 通过泰国 A 大学中国留学生的 QQ 群、微信群进行询问方式, 排除非居住在 A 大学宿舍的中国留学住宿生; 考虑问卷回收的原则, 所以本研究初步发放问卷 235 份, 回收 235 份, 扣除空白、胡乱作答、作答连续一致, 或皆为同一答案者的无效问卷。有效问卷共计 224 份, 按照本文所提供的抽样公式计算其估计误差精确度为 10%, 置信区间为 90%。以下的研究均以 224 份样本数作为分析的依据。

1. 样本叙述

本研究数据显示, 在 224 个有效样本中, 以男性居多, 为 121 人 (54%), 女性为 103 人 (46%)。年级方面, 以研二学生居多, 为 77 人 (34.4%), 大三住宿的学生最少, 为 19 人

(8.5%)。宿舍方面，以住宿在 DPU 6 的学生居多，为 93 人 (41.5%)，居住在 DPU 4 的学生最少，为 15 人 (6.7%)。专业方面，以专业为工商管理 (硕士) 学生居多，为 99 人 (44.2%)。专业为旅游管理 (本科) 学生最少，为 8 人 (3.6%)。住宿时间方面，以住宿时间一年 (含) 以内学生居多，为 131 人 (58.5%)。住宿时间为一年以上的为 93 人 (41.5%)。

2. 因子分析与信度分析

本节将满意度构面的数据纳入到 SPSS 24.0 中，以主轴因子分析法+最大方差法进行转轴。结果显示，KMO 值为 0.873 且达显著性，共提取 4 个特征值大于 1 的因子，累计总方差为 57.630%，一般认为累计方差需大于 50%，越大越好。各观测因子在所属构面上的载荷值都超过 0.5，说明各构面均可有效解释各观测变量。通过转轴后各构面内观测变量的特性，将 4 个因子分别命名为“回应力”、“可靠和胜任性”、“硬体设施性”、“信赖性”。

在信度的分析上，选择以 Cronbach's α 系数值作为衡量标准，根据表 1 所示，数据显示所有变量的 Cronbach's α 系数值都大于 0.7，根据 Qiu (2006) 建议当 α 系数大于 0.7 时，则表示其信度相当高。说明此量表具有稳定性、可靠性。

表 1 问卷信度分析

构面	重视度 Cronbach's α 系数	满意度 Cronbach's α 系数	问项数量
回应力	0.963	0.956	13
可靠和胜任性	0.903	0.907	10
硬体设施性	0.873	0.845	7
信赖性	0.901	0.887	6

资料来源：自行整理

3. 住宿生对宿舍服务品质重视度与满意度分析

对住宿生宿舍服务品质的重视度与满意度的分析，采用平均值作为衡量标准，分别针对“回应力”、“可靠和胜任性”、“硬体设施性”与“信赖性”依次分析，统计各构面的重视度的平均值与满意度的平均值，并计算满意度减去重视度的平均值，以进行差距排序。

3.1 住宿生对回应力的重视度与满意度分析

如表 2 所示，在回应力中，整个构面重视度的平均数为 3.78；整个构面的满意度平均数为 3.50。重视度最高的为 Q27 ($M = 3.88$)，重视度最低的为 Q34 ($M = 3.68$)；满意度最高的为 Q27 ($M = 3.71$)；满意度最低为 Q23 ($M = 3.37$)。

表 2 留学住宿生对回应力重视度与满意度分析表

项目	重视度平均数	满意度平均数	差距	排序
Q29. 宿管是认真负责的。	3.85	3.60	-0.25	7
Q27. 工作人员的品德是可以被信任的。	3.88	3.71	-0.17	10
Q31. 工作人员提供的服务符合住宿生的重视。	3.72	3.43	-0.29	5
Q33. 工作人员不会因忙碌而怠慢对住宿生的服务。	3.70	3.42	-0.28	6
Q32. 工作人员乐于协助住宿生。	3.78	3.49	-0.29	5
Q28. 管理员能依规定办理宿舍业务。	3.80	3.57	-0.23	8
Q30. 工作人员确实告知住宿生各项服务的时间。	3.84	3.63	-0.21	9
Q24. 住宿生有困难时, 宿管表现出协助的意愿。	3.80	3.50	-0.30	4
Q34. 工作人员能够明白住宿生的需求。	3.68	3.39	-0.29	5
Q26. 准时提供所承诺的服务。	3.83	3.51	-0.32	3
Q19. 提供住宿生便利的服务时间。	3.81	3.38	-0.43	1
Q23. 能够履行对住宿生的承诺。	3.71	3.37	-0.34	2
Q9. 工作人员总是很有耐心与礼貌。	3.74	3.45	-0.29	5

资料来源: 自行整理

3.2 住宿生对可靠和胜任性的重视度与满意度分析

如表 3 所示, 在可靠和胜任性中, 整个构面重视度的平均数为 3.72; 整个构面满意度的平均数为 3.38。重视度最高的为 Q25 ($M=3.84$) 与 Q13 ($M=3.84$); 重视度最低的项目为 Q15 ($M=3.63$); 满意度最高的为 Q10 ($M=3.55$); 满意度最低为 Q11 ($M=3.24$)。

表 3 留学住宿生对可靠和胜任性重视度与满意度分析表

项目	重视度平均数	满意度平均数	差距	排序
Q25. 宿舍单位是值得被信赖的。	3.84	3.48	-0.36	4
Q21. 工作人员不会因繁忙而怠忽服务。	3.68	3.37	-0.31	7
Q10. 工作人员是值得被信任的。	3.75	3.55	-0.20	9
Q1. 宿舍及公共区域设施外表具有吸引力。	3.69	3.29	-0.40	2
Q22. 对危机事件有妥善的处理机制。	3.77	3.43	-0.34	6
Q15. 宿管能排解住宿生的问题与争执。	3.63	3.34	-0.29	8
Q13. 宿管合理公平的床位分配及调配宿舍房间。	3.84	3.50	-0.34	6
Q11. 工作人员能够给你提供详细的解说。	3.68	3.24	-0.44	1
Q17. 明白与重视住宿生的需求。	3.64	3.25	-0.39	3
Q8. 工作人员能提供给住宿生满意的服务。	3.71	3.36	-0.35	5

资料来源：自行整理

3.3 住宿生对硬体设施性的重视度与满意度分析

如表 4 所示，在硬体设施性中，整个构面重视度的平均数为 3.74；整个构面满意度的平均数为 3.27。重视度最高的为 Q18 (M = 3.89)；重视度最低的为 Q3 (M = 3.52)；满意度最高的为 Q5 (M = 3.51)；满意度最低为 Q6 (M = 2.96)。

表 4 留学住宿生对硬体设施性重视度与满意度分析表

项目	重视度平均数	满意度平均数	差距	排序
Q3. 宿舍公共区域具有足够多可供使用的洗衣机。	3.52	3.27	-0.25	6
Q4. 宿舍公共区域具有足够多可供使用的饮水机。	3.56	3.24	-0.32	5

表 4 留学住宿生对硬体设施性重视度与满意度分析表（继续）

项目	重视度平均数	满意度平均数	差距	排序
Q6. 宿舍及区域设有足够的网络 wifi 以及流畅的网络速度。	3.85	2.96	-0.89	1
Q5. 宿舍公共区域具有足够多的垃圾桶。	3.74	3.51	-0.23	7
Q2. 宿舍内具有现代完善的设备。	3.80	3.36	-0.44	4
Q18. 重视住宿生的权利。	3.89	3.44	-0.45	3
Q7. 宿舍内外及周边环境安静不吵闹。	3.82	3.09	-0.73	2

资料来源：自行整理

3.4 住宿生对信赖性的重视度与满意度分析

如表 5 所示，在信赖性中，整个构面重视度的平均数为 3.72；整个构面满意度的平均数为 3.31。重视度最高的为 Q12 ($M = 3.79$)；重视度最低的为 Q16 ($M = 3.52$)。满意度最高的为 Q35 ($M = 3.46$)；满意度最低为 Q16 ($M = 3.19$)。

表 5 留学住宿生对信赖性重视度与满意度分析表

项目	重视度平均数	满意度平均数	差距	排序
Q36. 对于住宿生的意见能立即做出回应。	3.76	3.41	-0.35	4
Q20. 提供夜间紧急送医服务或紧急翻译服务。	3.72	3.26	-0.46	2
Q12. 能够迅速解决住宿生的抱怨与不满。	3.79	3.25	-0.54	1
Q16. 对不同的住宿生提供个人化的关心与关注。	3.52	3.19	-0.33	5
Q14. 宿管语言沟通能力可以与您相互理解明白。	3.74	3.29	-0.45	3
Q35. 对于设备损坏修缮速度。	3.78	3.46	-0.32	6

资料来源：自行整理

通过上述分析，对于重视度排序，结果得知住宿生在服务品质重视度高低排序为：回应力 ($M = 3.78$)、硬体设施性 ($M = 3.74$)、可靠和胜任性 ($M = 3.72$)、信赖性 ($M = 3.72$)。

对于满意度排序, 住宿生在服务品质满意度高低排序为: 回应力 ($M = 3.50$)、可靠和胜任性 ($M = 3.38$)、信赖性 ($M = 3.31$)、硬体设施性 ($M = 3.27$)。

4. 住宿生对宿舍服务品质重视度与满意度的矩阵分析

IPA 主要以矩阵四象限方式呈现, X 轴所代表的是宿舍服务品质的满意度平均值; Y 轴所代表的是宿舍服务品质的重视度平均值。以住宿生对宿舍服务品质的 36 个问项的重视度与满意度的平均数 (M) 为中心点划分四个象限, 通过以上回应力、可靠和胜任性、硬体设施性、信赖性四个构面的 36 个问项进行平均数分析后, 使用 SPSS 24.0 软件进行 IPA 的象限划分。

结果如图 2 所示, X 轴为满意程度, 平均值为 3.39; Y 轴为重视程度, 平均值为 3.74; 图中的每个点及点上的数字即代表每个问项, 各区域所涵盖的项目为:

1. 落在第一象限继续保持区的服务项目有 14 个, 表示最受学生肯定, 可继续保持。项目分别为: “Q36 ($M = 3.76, 3.41$)”、“Q22 ($M = 3.77, 3.43$)”、“Q35 ($M = 3.78, 3.46$)”、“Q32 ($M = 3.78, 3.49$)”、“Q10 ($M = 3.75, 3.55$)”、“Q24 ($M = 3.80, 3.50$)”、“Q28 ($M = 3.80, 3.57$)”、“Q26 ($M = 3.83, 3.51$)”、“Q13 ($M = 3.84, 3.50$)”、“Q25 ($M = 3.84, 3.48$)”、“Q30 ($M = 3.84, 3.63$)”、“Q29 ($M = 3.85, 3.60$)”、“Q27 ($M = 3.88, 3.71$)”、“Q18 ($M = 3.89, 3.44$)”。

2. 落在第二象限优先改善区的服务项目有 5 个, 表示有这五个项目为学生最不满意的, 泰国 A 大学必须将此列为首要改善的项目, 来提高学生住宿的满意度; 这 5 个最不满意的項目中, “宿舍及公共区域设有足够的网络 wifi 以及流畅的网络速度 ($M = 3.85, 2.96$)”。

“宿舍内外及周边环境安静不吵闹 ($M = 3.82, 3.09$)”。“能够迅速解决住宿生的抱怨与不满 ($M = 3.79, 3.25$)”。三个项目与 Lin (2002), Chen (2007), 和 Hong (2006) 调查结果一致, 表明此三项不仅是泰国 A 大学急需改善的项目, 同时也是普遍其他院校住校生反应的最不满意的項目。如表 6 所示。

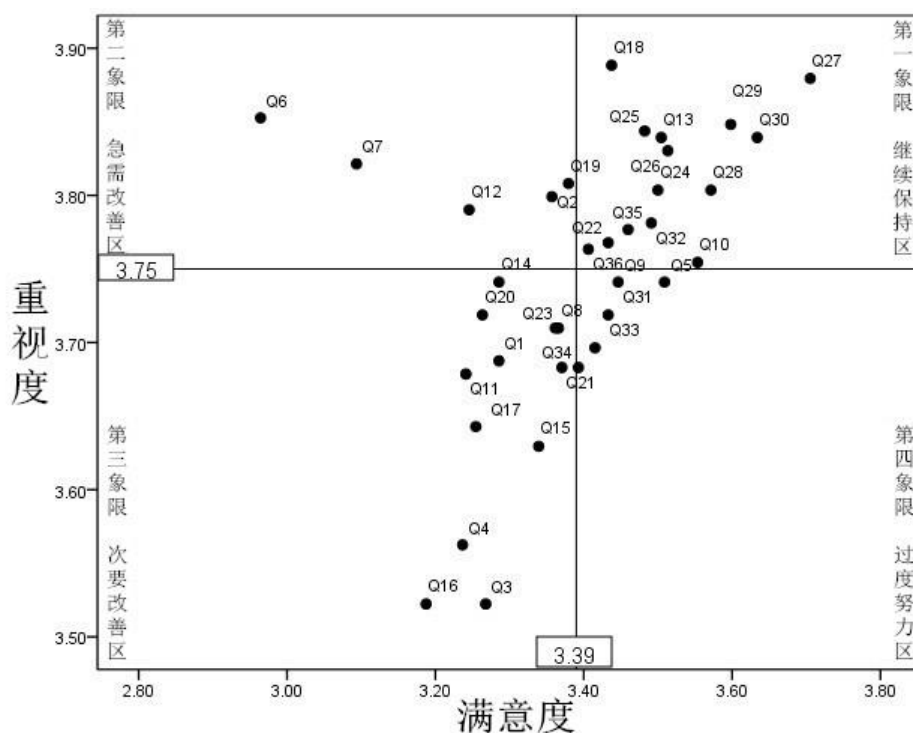


图 2 住宿生对宿舍服务品质重视度与满意度 IPA 分析图

资料来源：自行整理

表 6 IPA 第二象限急需改善的项目

号	题号	问项	平均数
Q6	第 6 题	宿舍及公共区域设有足够的网络 wifi 及流畅网络速度。	(3.85, 2.96)
Q7	第 7 题	宿舍内外及周边环境安静不吵闹。	(3.82, 3.09)
Q12	第 12 题	能够迅速解决住宿生的抱怨与不满。	(3.79, 3.25)
Q2	第 2 题	宿舍内具有现代完善的设备。	(3.80, 3.36)
Q19	第 19 题	提供住宿生便利的服务时间。	(3.81, 3.38)

资料来源：自行整理

3. 落在第三象限次要改善区的服务项目有 12 个，项目分别为：“Q14 (M = 3.74, 3.29)”、“Q20 (M = 3.72, 3.26)”、“Q23 (M = 3.71, 3.37)”、“Q8 (M = 3.71, 3.36)”、“Q1 (M = 3.69, 3.29)”、“Q34 (M = 3.68, 3.39)”、“Q11 (M = 3.68, 3.24)”、“Q17 (M = 3.64, 3.25)”、“Q15 (M = 3.63, 3.34)”、“Q4 (M = 3.56, 3.24)”、“Q16 (M = 3.52, 3.19)”、“Q3 (M = 3.52, 3.27)”。

4. 落在第四象限过渡努力区的服务项目有 5 个, 此部分显示学生可能不了解其重要性, 有待泰国 A 大学对其重要性再多加宣传。项目分别为: “Q21 ($M = 3.68, 3.37$)”、“Q33 ($M = 3.70, 3.42$)”、“Q31 ($M = 3.72, 3.43$)”、“Q9 ($M = 3.74, 3.45$)”、“(M=3.74, 3.51)”。

结论

1. 研究结论

针对本文提出的研究目的 1, 其结果表现为: 对比平均数方面, 重视度与满意度差距排序, 本研究发现住宿生在各项目中重视度与满意度差距排序为: 硬体设施性、信赖性、可靠和胜任性、回应力。

在各项目类别中重视度与满意度差距值最大前四项为: “提供住宿生便利的服务时间”、“工作人员能够给你提供详细的解说”、“宿舍及公共区域设有足够的网络 wifi 以及流畅的网络速度”、“能够迅速解决住宿生的抱怨与不满”。

针对本文提出的研究目的 2, 其结果表现为: 在泰国 A 大学学校宿舍管理服务品质 36 个项目中, 没有一个项目满意度超过重视度。因此 A 大学学校宿舍需加强日后全面改善工作。

本研究发现住宿生对于“提供住宿生便利的服务时间”、“工作人员能够给你提供详细的解说”、“宿舍及公共区域设施外表具有吸引力”、“宿舍及公共区域设有足够的网络 wifi 以及流畅的网络速度”、“宿舍内外及周边环境安静不吵闹”、“重视住宿生的权利”、“宿舍内具有现代完善的设备”、“能够迅速解决住宿生的抱怨与不满”、“提供夜间紧急送医服务或紧急翻译服务”、“宿管语言沟通能力可以与您相互理解明白”十个项目的重视度得分与满意度得分差距最大, 差距值均高于 0.4 以上, 即产生最大的服务品质缺口。其中有四项在硬体设施性当中, 显示学校应该对于学校宿舍的硬设备做一整体性的探讨与规划。

使用 IPA 划分四象限, 在第二个象限中急需改善的项目有 5 个, 这 5 个最不满意的项目中, “宿舍及公共区域设有足够的网络 wifi 以及流畅的网络速度 ($M = 3.85, 2.96$)”、“宿舍内外及周边环境安静不吵闹 ($M = 3.82, 3.09$)”、“能够迅速解决住宿生的抱怨与不满 ($M = 3.79, 3.25$)”三个项目与 Lin (2002), Chen (2007), 和 Hong (2006) 调查结果一致, 表明此三项不仅是 A 大学急需改善的项目, 同时也是普遍其他院校住校生反应的最不满意的项目。

2. 建议

2.1 回应力方面。回应力主要是宿舍工作人员协助住宿生与提供立即服务的意愿。住宿生普遍对于宿舍提供的服务时间感到不满意, 学生每天固定的时间上下课, 如果宿管工作人员的工作时间能够与学生上课时间错开, 将可以更好地给住宿生提供便利的服务时间。建议学校管理方在宿舍工作人员的工作时间上进行协调安排, 提高工作人员对住宿生需求的响应速度。

2.2 可靠和胜任性。针对泰国 A 大学来说,学校所在地为泰国,很多的中国留学生的泰语或者英语较差,无法很好地与泰方的宿舍管理者有效地沟通问题,造成误解或简单的事情无法安排处理。住宿生对于宿舍管理者无法提供详细的解说感到不满意,建议增加校内翻译人员对住宿生与泰方宿舍管理者进行沟通问题与问题解说。

2.3 硬体设施性。学生在学校住宿,第一眼所见的大多数为硬体设施,因此在硬体设施的提升与管理上应该有更积极的规划,从数据上可以了解,住宿生对于宿舍内现代完善的设备表示非常的不满意,预期重视度与实际的满意度差距较大;例如:床、卫浴、空调、衣柜桌椅等,由于这些属于较大的实体设备,在宿舍内所占面积较大,在不影响整体宿舍空间的情况下,可拟定宿舍整修计划,更换较新较好的设备,且在采购设备的同时应该多加注意与比较,以使设备的品质有一定的水准。

在网络品质方面,由于高校学生在网络使用上高于其他较低学制的学生,且现如今学生普遍拥有个人电脑,尤其对于远离祖国的学生来说,与家人视频通话更依赖于优质的网络速度,因此在网络的品质上必须要提高,以满足住宿生在网络使用上的需求。

对于宿舍内外及周边环境吵闹的情况也是住宿生非常不满意的,由于大部分的宿舍都比较老旧,同时宿舍是靠近马路,所以隔音较差,在不影响宿舍楼的安全结构下,校方可以拟定宿舍整修计划,安装宿舍外墙隔音棉;同时寝室楼里管理不当造成其他住宿生的吵闹,建议同时加强宿舍内的噪音管理。

2.4 信赖性。在信赖性方面,住宿生对于学校宿舍管理方解决抱怨的水平感到不满意。认真解决住宿生的抱怨与不满情绪是非常重要的,当住宿生受到不公正的待遇,或者因为其他客观原因造成抱怨时,通常会有情绪化的反应,而反应的第一步就是发牢骚,如果这种令人苦恼的问题仍未得到解决,牢骚就可能积累成抱怨;如果抱怨未得到正确的处理,住宿生会觉得很委屈,并会严重影响住宿生在泰国留学期间的生活与学习。解决这一问题的办法就是对牢骚保持敏感,对抱怨做出高度重视。当住宿生向宿管或者学校管理方提出抱怨某件事或者某种现象,要以关切的态度迅速做出反应,要让住宿生知道校方在关注这个问题,同时应征求住宿生解决问题的办法,听听住宿生的建议,决定可以采取哪些应急与长期的方案,然后就要着手进行解决以确保方案的执行,以缓解抱怨并解决问题。校方应将住宿生的意见视为顾客的意见,学校应畅通渠道且加以重视,若住宿生意见与学校政策相反,也应该给予适当回应并陈述校方的立场,或检讨本身政策是否有违时势,但不论是否需要修正,给予正式的回应是必须要做到的。

在此本研究仅对 IPA 第二象限急需改善的构面提出建议,而这些项目应列为 A 大学学校宿舍策略规划的优先执行重点工作,至于其余项目是可以较缓后再执行的,但不表示在未

来执行优先级会维持不变，为维持这些服务品质改善策略重要度的正确性及时效性，必须不断搜集住宿生重视与满意度的意见，定期使用 IPA 的方法评估，修正改善方向。

3. 研究限制与不足

本研究主题为中国留学生宿舍服务品质缺口研究，主要研究泰国 A 大学中国留学住宿生对学生宿舍服务品质的现状。以下针对本研究的时间、对象与限制加以说明：

本研究所使用调查问卷系参考国内外相关文献及宿舍管理相关专家的意见等所建构而成的，虽力求客观，但仍有遗漏之可能性。未来可增加其他研究方法进行探讨。

由于财力人力的限制，以及不同族群的学生、学习环境的不同，想法可能有所不同，因此本研究只针对泰国 A 大学中国留学生进行研究，故研究结果不足以代表全泰国高校中国留学生的观感，整体样本的客观性可能有所影响。未来可扩大研究样本。

References

- Chen, H. Z. (2007). *A Study on the Service Quality Gap in Student Hostels - A Case Study of a University*. Master's thesis, Kao Yuan University. [in Chinese]
- Dillman, D. A. (2007). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method* (2nd ed.). New York: Wiley.
- Hansen, E., & Bush, R. J. (1999). Understanding Customer Quality Requirements: Model and Application. *Industrial Marketing Management*, 28(2), 119-130.
- Hollenhorst, S. J., Olson, D., & Fortney, R. (1992). Use of Importance - Performance Analysis to Evaluate State Park Cabins: The Case of the West Virginia State Park System. *Journal of Park and Recreation Administration*, 10(1), 1-11.
- Hong, D. M. (2006). *A Study on the Quality Satisfaction of Accommodation in Colleges and Universities - A Case Study of Kaohsiung National School of Food and Travel*. Master's thesis, National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism. [in Chinese]
- Huang, J. H. (2015). *Application of IPA Mode to Study the Service Quality of Swimming Pool - Taking Tiger Tail New Tangyuan Swimming Pool as an Example*. Master's thesis, National Formosa University. [in Chinese]
- Lin, B. Z. (2002). *Study on the Quality of Hostel Management Service - A Case Study of Hostel of National Successful University*. Master's thesis, Cheng Kung University. [in Chinese]
- Liu, J. Z., Xie, J. Y., & Wu, X. H. (2006). Measurement of Quality of Service in Student Hostel - A Case Study of a Central University. *Proceedings of the Twelfth National Symposium on Quality Management* (pp. 824-834). [in Chinese]

- Liu, M. S., Wu, X. D., Qiu, W. T., Lin, Z. Z., Zhan, H. Q., Lu, W. L., & Liu, Y. Y. (2010). A Study on the Service Quality of Student Hostel in Technical and Vocational Colleges - A Case Study of a Science and Technology University in Central China. *Far East Journal*, 26(2), 327-348. [in Chinese]
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Qiu, H. Z. (2006). *Quantitative Research and Statistical Analysis - Analysis of SPSS Chinese Visual Edition Data Analysis*. Taipei City: VENAN Publishing. [in Chinese]
- Wang, H. Y., & Miao, L. (2016). *China Study Abroad Development Report 2016*. Beijing: Academy of Social Sciences. [in Chinese]
- Xu, J. Y. (2002). *Feasibility Study on Private Participation in the Construction and Operation of Student Hostels in Public Universities: A Case Study of Student Hostels in National Successful Universities*. Master's thesis, Cheng Kung University. [in Chinese]
- Xu, L. D. (2017). Factors Influencing Intercultural Adaptation of Chinese Students in Higher Education in Thailand: A Case Study of Chinese Students from Dhurakij Pundit University. *Electronic Journal of the New Age of Education*, 17(27), 137. [in Chinese]
- Yu, J. W., Zhao, Z. C., Hong, F. M., Yang, Y. Q., & Lin, K. J. (2018). To Evaluate the Quality and Quality of Children's Rehabilitation were Evaluated by Importance - Presentation Analysis. *Occupational Therapy Research and Practice*, 14(3), 27-33. [in Chinese]
- Zhang, J. X., & Jia, M. H. (2019). Research on Decision - Making of Service Quality Improvement in Xiamen Metro Based on IPA and PZB Model. *2019 International Conference on Advanced Education and Management* (pp. 95-101). Pennsylvania: DEStech Publication, Inc.
- Zhou, Q. X. (2016). Report on Study in China 2016: There Quot; A Marked Increase in International Students from Countries Along the Belt and Quot; Route. *Developments in Overseas Chinese Education*, 16(12), 32. [in Chinese]



Name and Surname: Zhengxiang Long

Highest Education: Master's Degree

Affiliation: Shanghai Quanping Electronic Technology Co. Ltd

Field of Expertise: Quality of Service, Consumer Behavior and Organizational Theory



文章格式说明

INSTRUCTIONS FOR MANUSCRIPT PREPARATION

提交的稿件必须符合如下要求：

The submitted manuscript must have the following specifications:

- 文章篇幅约为 10-15 页，单面 A4 纸打印，页边距 (上、下、左、右) 均 1 寸 (2.54 厘米)。文章应尽量简明扼要，文章篇幅应涵盖必要内容。
- It must be of 10 – 15 pages in length, printed on one side of A4 paper, with the margins (top, bottom, left, and right) of 1 inch (2.54 cm.). Manuscript should be as concise and precise as possible.
- 全部内容设置为单栏，首行缩进 1 厘米 (0.39 寸)
- All content must be printed in single columns with first line indent of 1 cm. (0.39 inch).
- 行间距 1.5 倍
- Line spacing 1.5
- 字体为简体中文宋体 (Sim Sun)，英文 Times New Roman 具体如下：
- The Chinese simplified font is SimSun and English font is Times New Roman, with details as specified below:

文章各组成部分格式要求	Format requirements for each component of the manuscript	中文字号 Chinese Font Size	英文字号 English Font Size	标注	Labeling
文章标题 (中-英文)	Title (Chinese-English)	16 (CT)	13 (CT)	加粗	bold
作者姓名 (中文-姓名)	Author's Name (Chinese-Surname/Name)	11 (CT)	-	加粗	bold
作者姓名 (英文-名姓)	Author's Name (English-Name/Surname)	-	11 (CT)	加粗	bold
作者的隶属单位 (中-英文)	Author's Affiliation	11 (CT)	11 (CT)	正常	regular
作者的电子邮箱 (脚注-英文)	Corresponding Author's E-mail	-	9 (LJ)	正常	regular
摘要标题 (中-英文)	Abstract Title (Chinese-English)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	加粗	bold
摘要内容 (中-英文)	Abstract Content (Chinese-English)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	正常	regular
关键词标题 (中-英文)	Keywords Title (Chinese-English)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	加粗	bold
关键词 (中-英文)	Keywords (Chinese-English)	11 (LRJ)	11 (LRJ)	正常	regular

文章各组成部分格式要求	Format requirements for each component of the manuscript	中文字号 Chinese Font Size	英文字号 English Font Size	标注	Labeling
内容标题（中文）	Topics (Without numbering, Chinese)	11 (LJ)	-	加粗	bold
内容（中文）	Contents (Chinese)	11 (LRJ)	-	正常	regular
参考文献（英文）	References (English)	-	11 (LRJ)	正常	regular
表格标题（中文）	Table Title (On top of the table, Chinese)	11 (LJ)	-	加粗	bold
表格内容（中文）	Table Content (On top of the table, Chinese)	11 (LJ)	-	正常	regular
图档标题（中文）	Figure Title; Chart Title (Under the figure or chart, Chinese)	11 (CT)	-	加粗	bold
图档内容（中文）	Figure Content; Chart Content (Under the figure or chart, Chinese)	11 (CT)	-	正常	regular

CT = Centre Text (居中), LJ = Left Justified (左对齐), RJ = Right Justified, LRJ = Left & Right Justified (左右对齐)

文章组成部分 Composition of the Manuscript

1) 文章标题（中-英文）

Manuscript title (in both Chinese and English)

2) 所有作者姓名，隶属单位，国家（中-英文）

Names of all authors, with identification of affiliation and country (in both Chinese and English)

3) 摘要（中-英文），300 字左右的中文摘要应包含文章的目的、方法、结果（主要数据）和结论，英文摘要应与中文摘要内容一致。

Abstract (Chinese-English), Chinese abstracts of about 300 words should contain the purpose, method, results (main data) and conclusions of the article. The English abstract should be consistent with the Chinese abstract.

4) 关键词（中-英文）大约 3-5 个

Keywords (Chinese-English), about 3-5 words

5) 内容（中文）Contents (Chinese)

5.1 学术型文章内容，包括引言、内容及结论。

Contents of academic manuscript comprise the introduction, text or content, and conclusions.

5.2 研究型文章内容，包括引言、研究目的、文献综述、研究方法、研究结果、讨论及总结。

Contents of research manuscript comprise the introduction, objectives, literature review, research methods, research results, discussion, and conclusions.

6) 文中所用图形、表格，须进行编号并注明来源，不得侵犯他人版权；文中所涉及的原始图档及数据分析可作为文章附件单独递交（便于评审专家了解数据详情，附件内容不计入文章正式发表内容）。

The graphics and charts used in the text shall be numbered and indicated the source, and shall not infringe the copyrights of others. The original image files and data analysis referred to in the

text may be provided separately as attachments (to help the peers to understand the paper better, but they will not be part of publication).

7) 参考文献（英文）References (English)

参考文献格式要求 References Format Requirement

- 1) 文献引用（APA 格式），间接引用，包含作者姓和发表年份，如：(Field, 2005)；直接引用（必须使用“”引用），除了包含作者姓、发表年份外还应加注页码，如：(Field, 2005, p. 14)。

For in-text citation (APA style) uses the author's last name and the year of publication, for example: (Field, 2005). For direct quotations, include the page number as well, for example: (Field, 2005, p. 14).

- 2) 参考文献，必须在文末“References”标题下列表中写明所有参考文献的详细信息，如：作者姓名、年份、题目、文献来源、链接、页码等，并根据作者姓名进行排序。

For referencing include more information such as the name of the author(s), the year the source was published, the full title of the source, and the URL or page range. At the end of the article, details of all referenced documents must be specified in the list of “References” at the end of the article and ordered according to the author's name.

APA 格式说明 APA Format Description

书籍 Book

格式：作者. (出版年份). 书名. 出版地: 出版社.

Format: Author. (Year of publication). *Book Title*. Edition (if any). Place of publication: Publisher.

例如 **Example:**

Ritcharoon, P. (2016). *Principles of measurement and evaluation*. Bangkok: House of Kermyst. [in Thai]
Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

期刊或杂志 Journal or Magazine

格式：作者. (出版年份). 标题. 期刊名称, 卷(期), 首页-尾页.

Format: Author. (Year of publication). Title of Article. *Journal Title*, Volume (Issue), Page numbers.

例如 **Example:**

Wattanakamolkul, P. (2018). Discussion on the Situation and Reflection of Chinese Vocabulary Teaching In Thai Universities. *Chinese Journal of Social Science and Management*, 2(2), 80-91. [in Chinese]
Rabbani, M., Aghabegloo, M., & Farrokhi-Asl, H. (2016). Solving a bi-objective mathematical programming model for bloodmobiles location routing problem. *International Journal of Industrial Engineering Computations*, 8(1), 19-32.

论文 Dissertation or Thesis

格式：作者. (年份). 论文标题. 学位名称, 所在学校名称.

Format: Author. (Year of publication). *Title of dissertation or thesis*. Doctoral dissertation or Master's thesis, University.

例如 **Example:**

Darling, C. W. (1976). *Giver of Due Regard: The Poetry of Richard Wilbur*. Ph.D. Thesis, University of Connecticut, USA.
Koufteros, X. A. (1995). *Time-Based Manufacturing: Developing a Nomological Network of Constructs and Instrument Development*. Doctoral Dissertation, University of Toledo, Toledo, OH.

网络资料 Website /Electronic Documents

格式: 作者. (网络发表年份). 标题. 搜索时间, 从 URL 地址检索

Format: Author. (Year of publication). *Title*. Retrieved....., from URL Address

例如 Example:

Department of Land Transport. (2013). *Transport statistics report in 2013*. Retrieved May 20, 2015, from http://apps.dlt.go.th/statistics_web/brochure/statreport113.pdf

Shannon, C. E. & Weaver, W. (2010). *Communication Theory: Model of Communication*. Retrieved December 2, 2016, from <http://communicationtheory.org/shannon-and-weaver-model-of-communication/>

会议专刊或专题研讨会论文 Conference Proceeding Article/Documents

格式: 作者. (出版年). 文章名称. 编辑名称(社论). 会议名称(首页-尾页). 出版地: 出版社.

Format: Author. (Year of publication). Title of Article. In Title of Editorial (Editorial). *Title of conference and seminar proceedings (Pages.)*. Place of publication: Publisher.

例如 Example:

Biswas, M. (2008). Confirmatory Factor Analysis of Iso Ahola's Motivational Theory: An Application of Structural Equation Modeling. *Conference on Tourism in India - Challenges Ahead (pp. 177-188)*. Kozhikode: Indian Institute of Management Kozhikode.

Nasution, H. N., & Mavondo, F. T. (2005). The impact of service quality on customer value in the hotel industry. *ANZMAC Conference 2005*, 5-7 December 2005. Fremantle, Western Australia: ANZMAC.

报纸文章 Newspaper Article

格式: 作者. (出版年月日). 文章名称. 报纸名称. 版别.

Format: Author. (Year, Month Date). Title of Article. *Title of Newspaper*, Pages.

例如 Example:

Di Rado, A. (1995, March 15). Trekking through college: Classes explore modern society using the world of Star Trek. *Los Angeles Time*, p. A3.

Sriwattanachai, R. (2014, October 24). The Prefabricated Generation of Seasoning Sauce Market. *Post Today Newspaper*, p. 3-4. [in Thai]

访谈 Interview

格式: 作者. (出版年月日). 访谈. 职位. 单位.

Format: Author. (Year, Month Date). *Interview*. Position. Dept.

例如 Example:

Chueathai, P. (2017, January 30). *Interview*. Vice President. Rajamangala University of Technology Lanna.

Saiwanich, S. (2017, January 31). *Interview*. Vice Governor. Tak province. [in Thai]

注: 作者可以在搜索引擎内输入“APA 格式”，以查询 APA 格式的“文献引用”及“参考文献清单”书写规则，如 <https://zh.wikipedia.org/wiki/APA%E6%A0%BC%E5%BC%8F>

Note: For further instruction about APA style, please visit <https://zh.wikipedia.org/wiki/APA%E6%A0%BC%E5%BC%8F>

提交投稿 Submission of Manuscript

作者可以通过网站 <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index> “线上投稿”系统提交文章。

Authors can submit articles via the website <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index> “Online submission” system.

泰国正大管理学院

Panyapiwat Institute of Management

85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talat,
Pakkred, Nonthaburi 11120, Thailand

Tel: +66 2855 1048

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CJSSM/index>

E-mail: cjssm@pim.ac.th