

# 实践社区成员的成就动机对知识传播的影响<sup>\*</sup>

石文典<sup>\*\*1</sup> 罗 钊<sup>2</sup> 原献学<sup>3</sup>( <sup>1</sup>上海师范大学教育学院, 上海, 200234) ( <sup>2</sup>重庆联英人才有限公司, 重庆, 400010) ( <sup>3</sup>宁波大学教育学院, 宁波, 315211)

**摘 要** 为了研究成就动机对实践社区及其成员的知识传播过程的影响, 采用自编实践社区成员成就动机问卷以及知识传播过程与效果问卷对重庆、银川、南京、上海等地企业的 430 名实践社区成员进行测量, 研究了成就动机对知识传播的影响。结果表明: 问卷具有良好的信度和效度; 不同性别被试的社会取向成就动机存在显著差异; 工作年限为 11—15 年的被试社会取向成就动机显著高于其他组别; 自我取向成就动机对知识传播的路径系数除“自我取向—区内吸收”外均达到显著性水平, 即对“知识传播投入程度”、“社区外知识获取能力”及“知识传播效果”的预测作用都是正向的; 社会取向成就动机仅对知识传播效果产生显著影响。

**关键词:** 实践社区 成就动机 知识传播

## 1 问题的提出

实践社区 (Communities of Practice) 这一概念最早是由 Brown 和 Duguid 于 1991 年在对施乐公司的修理协会成员 (REPS) 的研究中、Lave 和 Wenger 于 1991 年在其《情景学习》一书中分别提出来的, 专指成员间的那种非正式的工作联系性群体<sup>[1]</sup>。实践社区普遍存在于组织中, 只是被组织赋予了不同的名称, 如在 Packard 称为学习社区或学习网络, 在 Cherron 是最佳实践团队, 而在世界银行被称为主题群体, 等等<sup>[2]</sup>。实践社区作为一个独立实体, 它塑造了社区成员的独立人格, 给予其所属成员稳定的职业信心和“身份之家”的感觉<sup>[3]</sup>。

台湾学者 Yiu 和 Lin (2002) 提出建立实践社区有助于培育和建立成员之间的信任和相互理解, 使社区成员有机会深度交谈 (deep dialogue) 和有意识对话 (conscious conversation), 从而激发知识产生<sup>[4]</sup>。国外学者通过案例, 说明实践社区有利于知识的传播和共享。壳牌 (Shell) 石油的深水部通过社区成员之间举行定期的非正式会议而分享学习<sup>[5]</sup>。Garrety & Robertson (2004) 通过 IMS (Intelligent Manufacturing System) 的案例说明将实践社区整合进技术发展项目 (Technology Development Projects) 中, 有助于平衡项目中来自不同领域的专业知识的差异性, 通过不同背景的社区成员引进不同领域的专业知识, 有利于复杂的技术项目的实施<sup>[6]</sup>。Pan & Leidner (2003) 通过化学公司 (Buckman labs) 的案例说明, 为实现跨国组织的知识管理, 将信息技术与实践社区结合, 使知识管理策略更具灵活性, 知识共

享的渠道更多, 同时也在国际范围内扩展了实践社区<sup>[7]</sup>, 等等。大陆学者也将实践社区对知识管理的影响进行了理论上的阐述<sup>[8]</sup>。

实现知识传播, 必须要有个体的积极活动, 那么人格因素必然在其中起影响作用。成就动机便是一个重要因素, 它是人们在完成任务的过程中, 力求获得成功的内部动因, 亦即个体对自己认为重要的, 有价值的事情乐意去做, 努力达到完美的一种内部推动力量。成就动机是一种重要的社会性动机, 它对个体的工作和学习都有很大的推动作用。

跨文化心理学家主张成就动机是一个多向度的具有文化相对性的概念, 不同文化背景中人们的成就动机会表现出不同的内涵与特点<sup>[9]</sup>。台湾学者余安邦与杨国枢 (1987) 则以文化生态学的观点来解释成就动机, 他们认为成就动机在东西方社会文化中具有不同的建构概念且其内涵与特征亦会因社会文化的不同而有所差异, 并提出了两种不同于西方学者论点的成就动机概念, 分别为自我取向成就动机 (Individual-Oriented Achievement Motivation 简称 IOAM) 与社会取向成就动机 (Social-Oriented Achievement Motivation 简称 SOAM)<sup>[10]</sup>。自我取向成就动机, 是个人想要超越某种内在决定目标的动态心理倾向, 而该目标的选择由自己决定, 此种成就动机亦是一般西方社会学者所认为的成就动机。而社会取向成就动机则是个人想要超越某种外在决定的目标的动态心理倾向, 而该目标的选择主要决定于他人或个人所属的群体。

本研究采用余安邦及杨国枢 (1987) 的分类, 力图在实证研究中考察成就动机对知识传播的影响。

<sup>\*</sup> 国家自然科学基金项目 (批准号: 70661002)、教育部新世纪优秀人才支持计划、宁夏社会科学规划项目。

<sup>\*\*</sup> 通讯作者: 石文典, E-mail: swd-nx@nxu.edu.cn

## 2 研究方法

### 2.1 被试

在重庆、银川、南京和上海等地共发放问卷 520 份,回收 470 份,回收率为 90.4%。因为样本量足够大,剔除有漏答项目以及作答呈明显规律性者,最终保留问卷 430 份,回收有效率为 82.7%。其中,男性 234 名,女性 196 名;年龄在 18 岁到就 48 岁之间,平均年龄为 31 岁;工作年限分为“5 年以下”、“6—10 年”、“10—15 年”和“16 年以上”四类,各占 39.5%、25.6%、16.7%和 18.7%;学历包括“专科以下”、“本科”以及“研究生以上”,本科人数占到总人数的 53.5%。

### 2.2 测量工具

问卷分为两部分,成就动机问卷以及知识传播过程与效果问卷。成就动机问卷参考余安邦(1987)等人发展的“自我取向成就动机”和“社会取向成就动机”量表的基础上,结合研究的特定领域编制而成。笔者初步拟订 14 个项目,仍然由两个取向分问卷组成。采用 Likert 5 点计分方式,从“1”完全不符合到“5”完全符合。得分越高,成就动机越高。

第二部分通过查阅国内外相关文献,结合访谈,编制知识传播过程与效果调查问卷(以下简称“知识传播问卷”),共 17 个项目,其中关于“传播过程”12 题,每题设 5 个选项,分别按顺序 1—5 计分;涉及“传播效果”5 题,“传播效果”部分采用 Likert 5 点计分方式,从“1”非常不同意到“5”非常同意。

### 2.3 数据处理

使用 SPSS12.0、LISREL8.51 统计软件对数据进行因素分析、模型验证和方差分析处理。

## 3 结果

### 3.1 问卷项目分析与修订

鉴别度:成就动机问卷采用独立样本  $t$  检验,以 27%为界,对问卷总分高分组与低分组在每个题项上的差异进行检验,31 个题目中有 28 个题目达到显著性水平,表示问卷具有较好的鉴别度。

### 3.2 问卷的心理测量学检验

#### 3.2.1 探索性因素分析

成就动机问卷:

由于验证性因素分析与探索性因素分析所使用的样本应不同,所以不能将所有数据既做探索性分析又做验证性分析,所以我们把足够大的样本容量分为两半,一半进行探索性分析,另一半留做验证性

分析。

根据问卷编号,将 430 份问卷分为奇偶各 215 份,对奇数半数据用 SPSS 做探索性因素分析。抽样合适性度量值  $KMO$  值为 0.829,球形检验结果显著,均表明该问卷适合进行因素分析。因素分析去除项目的条件为:最大负荷值小于 0.4;共同度小于 0.16;单个变量在几个因子上的负荷都比较大;得到的因素难以命名。多次因素旋转之后保留 10 个项目,抽出 2 个因素,特征值分别为 3.019、1.980,累计方差贡献率 50.000%,由此可以认为因子提取的结果比较理想。根据项目意义,两个维度仍然命名为“自我取向成就动机”,(包括项目 A1、A2、A3、A4、A8)和“社会取向成就动机”(包括项目 A6、A7、A11、A13、A14)。(以下简称“自我取向”和“社会取向”)

知识传播问卷:

样本的  $KMO$  值为 0.589,球形检验结果显著,均表明该问卷适合进行因素分析。经多次分析筛选项目之后保留 14 个项目,抽出 4 个因素,特征值分别为 3.175、1.445、1.379 和 1.044,累计贡献率 50.137%,根据项目意义,四个维度依次分别命名为“知识传播效果”(B13、B14、B15、B16、B17)、“知识传播投入程度”(B1、B2、B4)、“社区内吸收知识能力”(B8、B10、B11、B12;指的是社区活动中收集知识以及讨论后整理知识的能力)和“社区外获取知识能力”(B3、B5)。(以下简称“传播效果”、“投入程度”、“区内吸收”、“区外获取”)

#### 3.2.2 信度

同质性信度采用克伦巴赫  $\alpha$  系数,分半信度系数检验该问卷的信度和各维度的信度,成就动机问卷结果见表 1,表明该问卷的内部一致性程度较高,分半信度也较高,结果可靠。

表 1 成就动机问卷及各维度同质性信度和分半信度( $N=430$ )

	自我取向成就动机	社会取向成就动机	成就动机
$\alpha$ 系数	0.724	0.701	0.722
分半信度	0.723	0.665	0.672

知识传播问卷的同质性信度—克伦巴赫  $\alpha$  系数分别为“传播效果”0.845,“投入程度”0.602,“社区内吸收知识能力”0.590,“社区外获取知识能力”0.571,分析  $\alpha$  系数较低的原因,可能是题目涉及的都是行为变量,属于显变量,跟人格量表测量的潜变量不同。鉴于各维度项目数太少,不适合做分半信度。

#### 3.2.3 效度

内容效度:

所谓内容效度主要指量表项目取样的代表性。本研究的维度设计建立在理论构想和调查研究之上,经过反复讨论修改而成。项目编好后经心理学系教师和研究生以及实践社区成员进行评估,并根据他们的评估意见进行了进一步的修改。因此,可以认为,从问卷的编制过程来看,能保证测试的内容效度。

结构效度:

表 2 验证性因素分析结果

	$\chi^2$	$df$	$\chi^2/df$	NNFI	CFI	IFI	GFI	RMSEA
成就动机	123.72	34	3.639	0.85	0.89	0.89	0.95	0.078
知识传播	112.73	71	1.588	0.95	0.96	0.96	0.96	0.037

3.3 成就动机的人口统计学差异分析

3.3.1 自我取向成就动机的人口统计学差异分析

考察不同性别、年龄、工作年限以及学历的被试在面子—人际交往维度上的得分差异,结果显示,仅出现学历差异,经 Scheffe 检验以及最小显著差异法等事后多重检验,结果表明研究生以上学历的被试的自我取向成就动机显著高于其他组别 ( $p < 0.05$ )。而本科学历组略高于专科以下组,但并无显著差异。

3.3.2 社会取向成就动机的人口统计学差异分析

考察不同性别、年龄、工作年限以及学历的被试

对偶数半数据使用 lisrel 8.51 对两部分问卷结构分别进行验证性因素分析,结果(表 2)显示成就动机因素模型 *GFI*、*NNFI*、*IFI* 和 *CFI* 取值均在 0.80 以上, *RMSEA* 在 0.08 以下,  $\chi^2/df$  小于 5(理论期望值为 1,实际研究中在 1—5 之间即可接受),说明该模型拟合度较好。知识传播问卷结构的拟合指标均在 0.90 以上, *RMSEA* 在 0.08 以下,  $\chi^2/df$  小于 2,说明该模型拟合度很好。

在面子—人际交往维度上的得分差异,结果显示,不同性别被试的社会取向成就动机存在显著差异 ( $p < 0.001$ );不同工作年限的被试在社会取向成就动机上得分存在差异,经 Scheffe 检验以及最小显著差异法等事后多重检验,结果表明工作年限为 11—15 年的被试社会取向成就动机识显著高于其他组别 ( $p < 0.05$ )。

3.4 成就动机对知识传播的影响

3.4.1 自我取向成就动机对知识传播的影响

建立自我取向成就动机与知识传播结构方程模型如下:

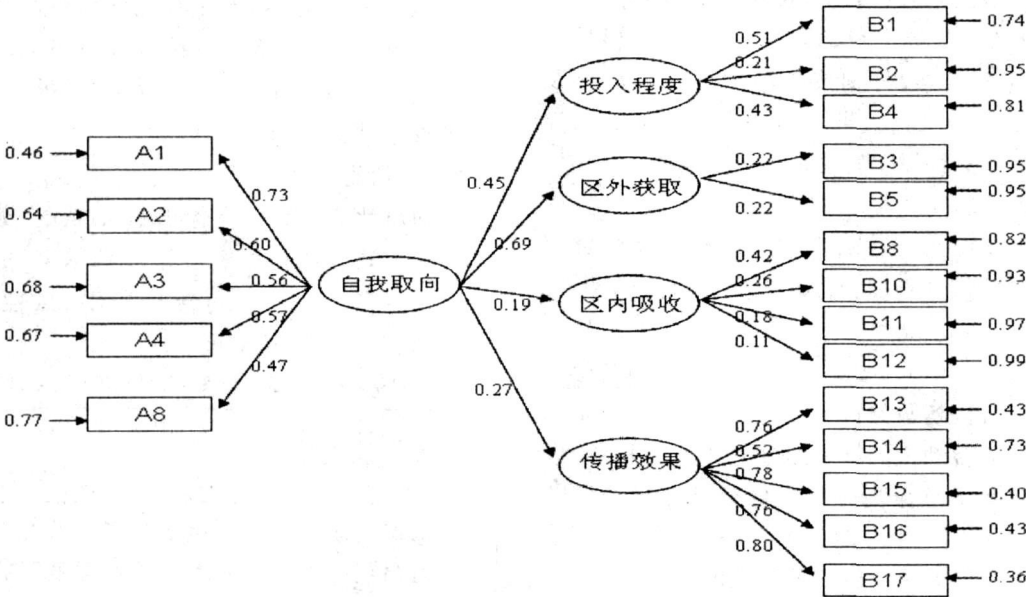


图 1 自我取向成就动机与知识传播结构方程模型

表 3 结构方程模型拟合指数

$\chi^2$	$Df$	$\chi^2/df$	NNFI	CFI	IFI	GFI	RMSEA
307.30	148	2.076	0.88	0.89	0.89	0.93	0.051

模型拟合较好,自我取向成就动机对知识传播的路径系数除“自我取向—区内吸收”外均达到显著性水平。说明自我取向成就动机水平高有利于“知

识传播投入程度”、和“社区外获取知识能力”、“知识传播效果”的评价。

3.4.2 社会取向成就动机对知识传播的影响

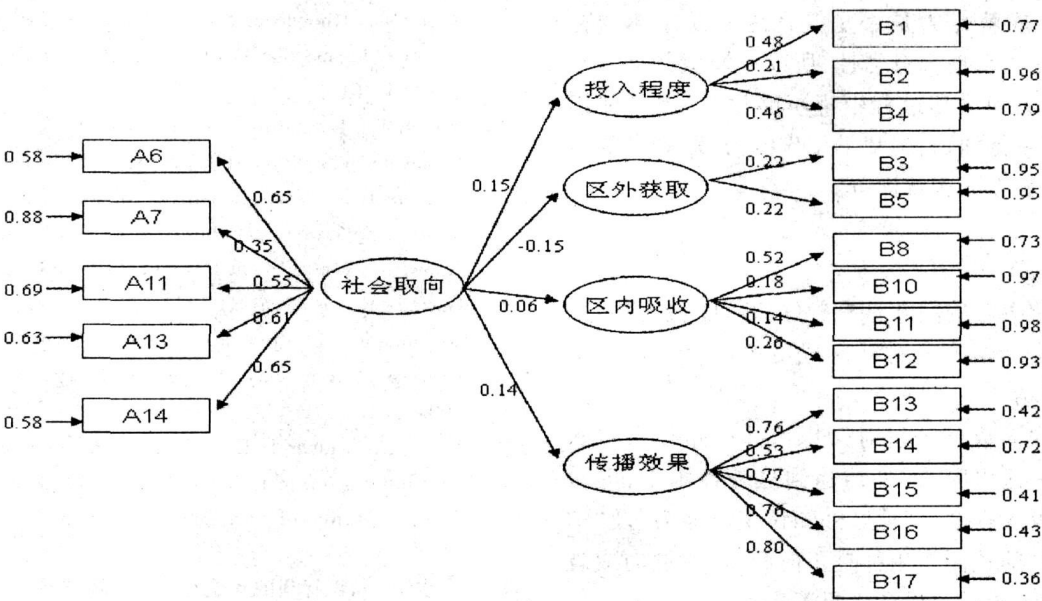


图2 社会取向成就动机与知识传播结构方程模型

表4 结构方程模型拟合指数

$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	NNFI	CFI	IFI	GFI	RMSEA
388.62	148	2.626	0.81	0.83	0.84	0.91	0.063

建立社会取向成就动机与知识传播结构方程模型如下:

模型拟合较好,但社会取向成就动机对知识传播的路径系数仅“社会取向—传播效果”达到显著性水平。说明社会取向成就动机水平高有利于知识传播效果的评价。

4 讨论

4.1 成就动机的差异分析

本研究发现,不同性别被试在社会取向成就动机的得分上存在显著差异。我们认为这种差异应该从社会文化,社会角色上解释,而不应该简单地看成性别本身造成的。

不同工作年限的被试在社会取向成就动机得分上之所以存在差异,我们认为,工作年限长短所导致的成员角色差异是重要原因。参加工作10年以上的被试,基本上工作单位已经比较稳定了,大多也是中层或者高层领导,他们需要在下属面前树立威信,同时为了维持自己在该行业里的专家地位,尤其积极参与社区的知识传播共享活动,吸纳新的知识。工作年限在16年以上的员工,在一般企业里他们已经是把握企业发展方向的领袖人物,对于他们来说,想得更多的是如何维持企业发展,指明前进方向,成就动机这时已经不在是他们奋斗的动力。因此,工作年限11—15年组的社会取向成就动机的得分会

显著高于其他组别。

高学历者追求卓越、力求成动的愿望更多地来自他们自己,而不是父母或者周遭的人和社会,因为他们自信、自主、自发、自觉。在台湾学者余安邦提出“自我——社会取向成就动机”理论,并编制相关问卷之后,已有研究表明,传统的中国人以社会取向为主,而西方人以自我取向为主,随着社会和个人人格的现代化,自我取向的成就动机将成为文化背景中主体成就动机的主要特点<sup>[11]</sup>。随着世界范围的工业化,现代化,人类的成就动机可能出现趋同的现象。因此我们可以认为高学历者由于受教育年限长,受现代思潮的影响更多,体现出的自我取向成就动机更为明显。

4.2 成就动机对知识传播的影响分析

因为自我取向成就动机和社会取向成就动机有本质上的差异,所以分别考察它们对知识传播的影响。

自我取向成就动机较高的个体,将实践社区内的知识传播活动看做是自己提高业务能力,提高工作绩效的最佳途径,认为值得为它做充分的准备以及积极的参与,而且之后对传播效果给予积极的评价。但是本研究中“自我取向—区内吸收”却未达到显著性的预测作用,可能由于“区内吸收”维度各观测指标的负荷值不高,近似作为连续变量拟合结构方程的结果。另一方面,社会取向成就动机较高的

个体更看重成就行为是否符合他人或团体的标准,行为缺乏主动性和灵活性,所以在知识共享活动的前期准备上和活动过程中都不够投入,但是他们在其中确实获得知识,提高了工作能力,对效果的评价当然也是积极的客观评价。

5 结论

- 5.1 本研究编制的问卷具有较好的信度和效度。
- 5.2 人口统计学变量对社区成员的成就动机有不同程度的影响。
- 5.3 自我取向成就动机对知识传播的路径系数除“自我取向—区内吸收”外均达到显著性水平,即对“知识传播投入程度”、“社区外知识获取能力”及“知识传播效果”的预测作用都是正向的;社会取向成就动机仅对知识传播效果产生显著影响。

6 参考文献

1 Brown J S, Duguid P. Organizational Learning and Communities of Practice: Toward a Unified View of Working, Learning, and Innovation. Organization Science, 1991, 2(1): 40—57

2 Fetterman D M. Empowerment evaluation: Building communities of practice and a culture of learning. American Journal of Community Psychology, 2002, 30 (1): 89—102

3 Allee V. Knowledge Networks and Communities of Practice. Organization Development Practitioner, 2001, 32 (4): 45—61

4 Yiu D, Lin J. Sharing tacit knowledge in Asia. Knowledge Management Review, 2002, 5(3): 5—11

5 Medermott R. Nurturing three—dimensional communities of practice—how to get the most out of human networks. Knowledge Management Review, 2000, (11): 26—29

6 Garrety K, Robertson P L, Badham R. Integrating communities of practice in technology development projects. International Journal of Project Management, 2004, (22): 351—358

7 Pan S L, Leidner D E. Bridging communities of practice with information technology in pursuit of global knowledge sharing. Journal of Strategic Information Systems, 2003, (12): 71—88

8 陈建华. 知识管理的新趋势: 确认和支持实践社区. 外国经济与管理, 2001, 23 (6): 34—37

9 Maehr M L, Nicholls J G. Culture and achievement motivation: A second look. In: N Warren. (Ed.). Studies in cross—cultural psychology. New York: Academic Press, 1980: 221—267

10 杨国枢, 余安邦. 社会取向成就动机与自我取向成就动机: 概念分析与实证研究. 中央研究院民族学研究所集刊, 1987, (64): 51—98

11 张兴贵, 郑雪, 邢强. 湛江城乡青少年学生成就动机取向的比较研究. 华南师范大学学报(自然科学版), 2001, (2): 36—39

The Influence of the Members of CoP’s Achievement Motivation on Knowledge Transmission

Shi Wendian<sup>1</sup>, Luo Zhao<sup>2</sup>, Yuan Xianxue<sup>3</sup>  
(<sup>1</sup> College of Education, Shanghai Normal University, Shanghai, 200234)

(<sup>2</sup> Chongqing Leading Human Resources Co. Ltd., Chongqing, 400010)(<sup>3</sup> School of Education, Ningbo University, Ningbo, 315211)

**Abstract** To explor the influence of the members of CoP’s achievement motivation on knowledge transmission, we used the self-developed CoP’s Achievement Motivation Questionnaire and Knowledge Transmission Process and Effect Questionnaire. The samples included 430 CoP’s members, all from enterprises in cities, such as Chongqing, Yinchuan, Nanjing and Shanghai. The results revealed that the validity and reliability of the questionnaires in this study were good; different genders’ social-oriented achievement motivation had significant differences; the social-oriented achievement motivation of samples with work experience of 11 to 15 years was significantly higher than that of other groups. Except for “individual-oriented achievement motivation—inner-community absorption”, the path-coefficients of knowledge reached a significant level, that is, individual-oriented achievement motivation had a positive expectant effect on “the degree of participation”, “obtainting knowledge outside of CoP”, and “transmitting effect”; and social-oriented achievement motivation had a significant influence on knowledge transmitting only.

**Key words:** communities of practice, achievement motivation, knowledge transmission