

各种“场”及其在知识创造过程中的作用¹⁾吴春玉^{1,2} 苏新宁¹

(1. 南京大学信息管理系, 南京 210093; 2. 大庆石油学院, 大庆 163318)

摘要 知识创造是知识管理的核心。本文介绍了知识管理过程中出现的较典型的理论即伊丹理论、情场理论和野中理论,以及他们所提出的各种“场”理论,介绍了不同“场”在知识创造过程中的特殊作用,分析了各种“场”之间的内在联系。

关键词 场 Ba 停留场 知识创造 知识管理

All Kinds of “Field” and Their Effect in the
Process of Knowledge CreationWu Chunyu^{1,2} and Su Xinning¹

(1. Department of Information Management, Nanjing University, Nanjing 210093;

2. Daqing Petroleum College, Daqing 163318)

Abstract This paper introduces the typical theory in the process of knowledge creation, including Itami theory, feeling field theory and Nonaka theory. Based on these, this paper analyses all kinds of “field” and their effect in the process of knowledge creation, and points out the relation among all kinds of “field”.

Keywords Ba, stick field, knowledge creation, knowledge management.

1 引言

知识管理是以知识为核心的管理。知识管理是一个过程,即采集知识、存储知识、加工知识、传递知识、分发知识、使用知识和共享知识来创造新知识的过程。其出发点是把知识看作最重要的资源,把最大限度地持续不断地创造新知识作为提高组织竞争力的关键。因此知识创造是知识管理的核心,是一个组织在激烈的竞争中立于不败之地、取得优势的法宝。知识创造如此重要,然而实现知识创造并不是一件容易的事。

知识创造首先是来源于个人的想法、直觉、经

验、灵感,在此基础上利用大量的显性知识(包括结构化和非结构化知识)和隐性知识,在他人的帮助和某种环境的影响下,将那些想法、直觉、经验、灵感等具体化,成为新知识的过程。它通过交流,实现不同类型知识之间的转换,最终生产新知识。而知识的交流受环境的影响,不同的环境创造出不同知识,知识创造的速度、效果和效率也不同。因此我们有必要研究这种交流环境——“场”。

“场”的概念是由英国哲学家波兰尼^[1]1958年在《个人知识》中提出,后来被野中郁次郎和竹内宏高引入到知识创造过程中,使得知识创造过程充满了人文关怀并且揭示了知识创造的机理、方法和措施。

“场”在知识创造过程中是交流思想、信息和知

收稿日期:2003年4月25日

作者简介:吴春玉,博士研究生,主要研究方向:知识管理。苏新宁,教授,博士生导师。

1) 基金项目:江苏省哲学、社会科学“十五”规划重点基金项目(M2-006)。

识的场所、知识转换和提升的环境,是知识创造必不可少的思想、信息和知识流动的平台,是知识创造过程的重要部件。

2 三种“场”理论

很多学者为了促使组织内部知识的利用、共享和创造新知识,剖析知识生产过程,从不同的角度提出了很多不同的“场”理论,并用来说明知识创造(生产)的机理,即知识转换过程,提出了知识创造的有效方法和手段。目前较典型的有:伊丹理论、情场理论和野中理论等。

1) 伊丹理论及其“场管理”

伊丹理论是由日本一桥大学教授伊丹敬之从组织管理模式入手,相对以往“科层制”管理模式提出的新的组织管理理论即“场管理”。以往的管理理论关注怎样把上层的经营方针贯穿到下一层或传达到什么程度等问题,并不关心人们的心理活动,而“场管理”是从研究人们的心理活动出发,关注怎样提高人们的心理能量问题。这一理论的核心是以组织内部建立“场”,并通过发挥“场”的作用来管理组织。这里的“场”的含义是人们在共同参与、有意无意地相互观察、互相交流、互相了解、共同合作、共同体验的场所或无形的圈子。伊丹理论中“场管理”包括:“场”的建立过程和使“场”发挥作用的管理。

在“场”内,人们之间在情报的相互作用下,增进理解,产生共鸣^[1]。情报的相互作用不仅限于语言、文字等方式的交流,还包括面部表情、说话时的语气、动作等等也属于情报的交换范围。在这里“场”的作用是,提供人们之间产生心理共鸣的场所,并通过引起共鸣的方式提高人们的心理能量。在“场”内,人们发现周围与自己持类似观点和感受的人,从而产生心理共振或心理连带感即心理共鸣^[1]。比如,我们在观看体育比赛时总有一种身临其境(产生了心理共鸣)、跃跃欲试(心理能量得到了提高)的感觉,若离开了观看比赛的环境则不可能产生这种想法和欲望。因此,“场”能够打破部门之间的“隐型墙”,拉近人们之间的距离,使人们的情绪高涨起来,进而产生一股巨大的力量,使组织的成员在心智上由“普通灯泡散漫的光”转化为“激光”——一股强大而持久的凝聚力,以及心灵上的高度默契,促进人们的思维和交流,从而加快知识的生产,改善组织的管理方法,提高管理效率。

2) 情场理论及其“停留场”

情场理论认为提高组织竞争能力的关键是交流、联系和创造,在交流过程中收集情报,建立各种人际网;通过联系共享情报,建立共同的目标;创造和积极进取的趋势和发散的思维方式。该理论认为拥有各种类型和形式的情报,既要直接交流的方式获取原始信息同时又要间接交流方式得到各类媒体信息;广泛利用人际网、地理网、电子网等各种网络;组织内部建立无部门界限的宽松的工作环境;自由的交换意见的场所——“场”;能够共享目标、情报、行动;建立协作和竞争机制;构建内联网,整序组织内部的知识是成为创造性组织的必要条件。并且在诸多条件中生产有价值情报的过程,最重要的因素是“场”。换句话说情场理论是创造生产有价值情报的“场”为目标的理论。

“情场”和“农场”、“工场”不同,农场和工场里土地和机械设备是不可或缺的“物”,是成为农场和工场的首要条件,而构成“情场”首要且不可或缺的要素是“人”;“农场”和“工场”是实实在在存在的有形的看得见摸得着的物质形态存在的,而“情场”是难以理解的看不见摸不着的无形的场合;“农场”和“工场”是固定的静止的,而“情场”是活动的动态的,即便不像会议场那么正规,但只要人们聚集在一起进行交流和对话,如,酒吧、餐厅、交通工具等等也能成为“情场”^[2]。因此,“情场”的范围非常广泛。

情场理论中最具有代表性的场是“停留场”。“停留场”是指受法国王朝时期兴起的沙龙文化的启发,在日本形成的日式的沙龙场所,是很多人聚集在一起各抒己见、畅所欲言的环境。情场理论的代表人物美国加利福尼亚的 Silicon·Valey 认为最典型的“停留场”是餐厅和酒吧。

情场主要是给员工创造宽松自由的交流环境,促使组织内部的各类知识通过各种不同的途径、不同形式(语言、文字、体语、表情等)进行交流与共享的场所。

3) 野中理论及其四个“场(Ba)”

野中理论是日本北陆先端科学技术大学院教授野中郁次郎研究和解释知识创造过程提出的开创性的理论。

野中郁次郎认为组织的知识创造是通过“S(Socialization)共同化”、“E(Externalization)外化”、“C(Combination)连结化”、“I(Internalization)内化”(简称 SECI)等四个过程来完成,而这四个过程需要很多人共同合作,因此,需要这些人之间相互沟通和活动的空间,并且促进知识创造四个过程的是沟通环境或

场所,从而引出了“场”的概念。他把“场”定义为“能够创造关联性的共享空间”,进一步理解“场”是“利用、共享和实践知识的空间”,这种“场”包括物理的、虚拟的、心灵的空间^[3]。

野中对应于知识创造的四个过程提出了四个“场”,即创出场、对话场、系统场和实践场。如图1所示隐性知识转化为隐性知识——共同化过程,需要创出场;隐性知识转化为显性知识——外化过程,需要对话场的作用;显性知识到显性知识——连结化过程,需要系统场的支持;将显性知识消化吸收为隐性知识——内化过程,则需要实践场。

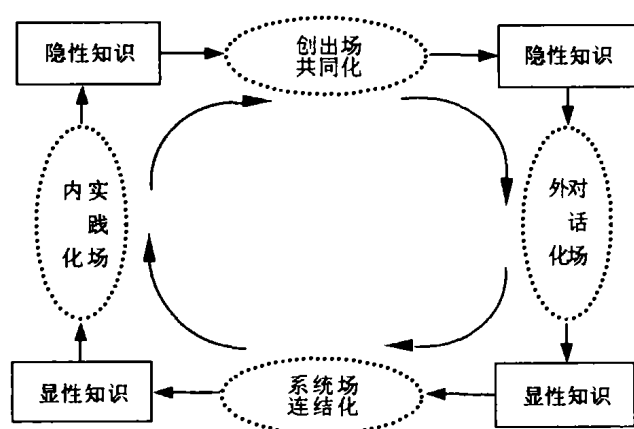


图1 四个场与知识转换关系图

(1) 创出场

创出场是指自由轻松的交流过程中互相了解相互信赖,从而能够孕育出种种想法和思路来的场所,是实实在在存在的能够面对面的进行交流的一种物理意义上的场地。如家庭、会议场、办公室、车间、研究室、餐厅、酒吧、各种娱乐场所等等^[3]。创出场是提供传播、转移、扩散和共享个人隐性知识的场所。在创出场的作用下个人隐性知识不断增长,它主要是通过直接交流,如师傅带徒弟、合作、参观、观察、模仿、反复练习等方式实现,感悟和理会经验、技巧等隐含在其他入头脑里的知识。但创出场仅仅使参与共同体验的人们之间,即亲人、师徒或与顾客接触的人之间进行这样的交流。创出场并不产生新知识而只是一个孕育新知识的肥沃的土壤。

(2) 对话场(相互作用场)

对话场是把个人的想法和思路用文字、语言、符号等形式表达出来,转化为供组织使用的概念或图表等形式知识的过程中,提供激烈争论和交流意见的场所^[3]。在这里所指的“场”和创出场中的场所

(物理意义上)是一致的,只是在知识创造过程中的作用和效果不同。对话场是将隐性知识显性化的场所,在创出场中孕育出来的各种想法和构思即隐性知识的萌芽,通过对话场的雨露和养分破土而出成为显性知识,从而使个人的隐性知识转化为一个部门的显性知识、把个人专有知识转化为部门公共知识。对话场能增加组织的知识存量,促进新知识的生产。

(3) 系统场(虚拟场)

系统场是推广和共享在对话场中产生的新概念、新知识与其他概念重新组合或融合的场所^[3]。系统场利用计算机技术、网络技术和人工智能等现代化技术,把各部门的知识相互连接,转化为组织内部的知识,即知识联网。在创造场、对话场、系统场的作用下,个人的构思和观点、想法等隐性知识提升到组织的知识,即显性知识,实现了知识的创造和共享。系统场是传播、组织和整合知识的场所,它把一个个知识孤岛联系在一起,使得组织内部的知识资源得到充分的利用和共享。

(4) 实践场

若想掌握新知识并把它变成自己的隐性知识,需要有一个消化的过程也就是验证、训练和反复练习的过程^[5]。实践场就是检验和吸收所创造的知识,并把它变成个人、部门和组织的隐性知识的场所。在实践场中各类知识都能得到膨胀,实践场提供了学习和反复练习的场所。

知识创造是一个无限循环螺旋上升的过程,结束一个新知识的创造过程,同时开始下一个知识的生产^[4],即知识创造的过程经创出场→对话场→系统场→实践场→创出场……。

3 三种理论的内在联系

以上几种理论从不同角度提出不同含义的“场”的概念,虽然不同理论引入场的目的不同,但仔细观察他们之间有很多内在的联系和交叉之处。

首先,从物理意义上看三种“场”实际上是指同一个场所,包括野中理论提出的四个“场”,野中是把“场”按它的功能划分得更细一些,因此,其中的任何一个“场”都具备这三种“场”的功能,只不过是研究的角度不同,所强调的作用和功能不同。

其次,情场理论所指的“停留场”可以理解为野中理论中的“创出场”和“对话场”合二为一的场,Silicon Valey 认为餐厅和酒吧是计算机技术人员、大学

里的研究人员、投资者等停留的场所,通过共同进餐的机会,相互之间充分地进行自由交流,并能够转入谈新业务话题的层次,这样创出场直接就成了对话场。

第三,从知识的创造过程看,伊丹理论主要是通过“场”的作用来促进人们的思维和灵感,使隐性知识转化为隐性知识的过程;情场理论是通过“停留场”缩短从隐性知识转化为隐性知识,再把隐性知识转化为显性知识的过程;野中理论是通过四个“场”提高从个人的想法、直觉、经验、灵感的产生到将这些想法、直觉、经验、灵感的具体化,成为新知识的全过程效率,实现隐性知识→隐性知识、隐性知识→显性知识、显性知识→显性知识、显性知识→隐性知识的过程。因此,野中的四个“场”包含了伊丹理论中的“场”和“停留场”。

上述三种理论都是从创造客观条件和环境(“场”)入手,研究怎样发挥人的主观能动性(创造性)方面所做的努力。

4 “场”在知识创造中作用

知识创造通过“场”、知识资源、SECI 过程三个层面来实现^[3],因此“场”是知识创造过程中的主要部件,“场”的作用程度会直接影响知识创造的效果和效率,没有“场”的作用就难以实现知识创造。“场”在知识创造中的作用主要如下:

1)为知识创造提供交流思想、促使产生各种想法和灵感的场所。通过物理“场”人们可以面对面的进行交流,利用虚拟“场”跨空间进行交流,互相沟通思想产生各种思想火花。

2)为知识创造营造知识的转换和提升的环境。知识创造需要知识的转换和提炼才能实现,而“场”能够提供知识转换、提炼和升华的环境。

3)为知识创造铺设知识流动的平台。知识创造需要吸收大量的他人知识和思想,而吸收知识就需要知识的流动,“场”为知识流动架起了桥梁、铺设了无形的平台。

4)增强人们参与知识创造的积极性,提高人们的自律性。知识创造强调人们自愿、自觉和自发,“场”能够使人们对知识创造产生极大的兴趣,并逐渐变成个人爱好,从而使每一个员工都成为知识创造者,使得知识创造日常化。

5)提高知识创造的效率。在“场”的作用下缩短了人们之间的距离(包括物理、虚拟空间、心灵),加快了知识转移、扩散和利用的速度,扩大了知识共享的范围,从而加速知识创造的步伐。

5 结 语

知识创造是将隐性知识作为原料,无论是伊丹推出的“场”、情场理论中的“停留场”还是野中理论中的场,主要是以挖掘、共享和利用组织内部隐性知识(主要为主观隐性知识),创造新知识为目的引出了“场”的概念。但他们研究的侧重点不同,伊丹理论强调“场”提供的气氛和氛围对知识交流的作用,揭示了人们的心理活动过程,研究怎样创造“场”、怎样使“场”协助组织的经营管理等问题;情场理论着重研究场对组织内部情报的交流和新知识的产生过程的作用,解释场内知识产生的机理;野中理论从知识创造的过程入手,较全面系统地分析了场在知识创造各个环节中的作用,深刻地揭示了场内知识的转换机理。这三种理论都强调了知识创造过程中人的作用,知识创造离不开人,在知识创造过程中通过“场”,使组织内部的每一个人都参与知识创造,使每一个人头脑中的知识发挥作用,通过“场”个人和组织知识不断得到膨胀和升华,在“场”内,人们创造知识的能量不断得到提高,在组织内部各种“场”的存在和活跃,是组织成为更具持久竞争能力的学习型、创造性组织的保障。

参 考 文 献

- 1 <http://www.pref.gifu.jp/s21401/tihoujic/h10/no1/01.htm>
- 2 <http://www.pref.gifu.jp/s21401/tihoujic/h10/no1/03.htm>
- 3 <http://www.shc-creo.co.jp/webcreo/bn/bn.html>
- 4 <http://www.shc-creo.co.jp/webcreo/creotop.html>
- 5 周军,苏新宁,孔敏等.知识管理系统下的知识仓库研究——概念与模型.情报学报,2002,21(5):542~546
- 6 <http://www.chinakm.com/share/list.asp?id=447>
- 7 彼得·F·德鲁克等著,扬开峰译.知识管理.北京:中国人民大学出版社,1999
- 8 彼得·圣吉著,郭进峰译.第五项修炼——学习型组织的艺术与实务.上海:上海三联书店,1998

(责任编辑 芮国章)