

如何提升中国管理学研究对实践的贡献

——基于管理知识生产传播模型的研究

张正堂

[摘要] 如何提升中国管理学研究对实践的贡献是管理学术界持续关注的问题,引发了学者们的广泛讨论。本文基于马克思主义认识论,遵循管理学研究“从实践中来、到实践中去”的理念,提出管理知识包括感性具体的经验知识、理性抽象的理论知识、理性具体的应用知识三种类型,进而构建了管理知识生产传播模型,分析了管理知识生产和管理知识传播的若干主要途径。本文利用管理知识生产传播模型指出,模糊管理知识类型且采用单一的研究有用性标准、管理理论研究扎堆且理论创新不足、管理理论知识传播障碍是中国管理学研究对实践贡献弱化的原因。最后,本文对中国管理学研究如何更好地贡献于实践提出了相应建议,具体包括增强管理理论知识的理论创新、多元化的管理知识生产、构建促进管理知识生产多元化分工的学术环境等。

[关键词] 马克思主义认识论; 知识生产; 知识传播; 管理理论知识; 管理经验知识

[中图分类号] F270 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1006-480X(2023)10-0137-18

一、引言

改革开放以来,中国管理学研究取得了令人欣喜的成就。近年来发表在国际知名管理学期刊的、源自中国样本和中国学者的学术论文持续上升,表明源于中国的管理学研究已经获得了国际学术界的认同。但是,管理学研究与中国实践呈现脱离的情况也引发了越来越多的反思和批评。中国管理研究是“吃别人嚼过的馍”“对中国经济与社会发展插不上嘴”,陷入了“自娱自乐的尴尬处境”(郭重庆,2008)。在中国企业呈现独特的管理行为和现实、中国管理学术界能够与国际学术界对话的同时,中国管理学术界却削弱了与管理实务界对话的基础,造成“中国管理学研究更加西方化”(Huang and Bond,2012)。

党的二十大报告指出,今天我们所面临问题的复杂程度、解决问题的艰巨程度明显加大,给理论创新提出了全新要求。因此,讨论如何提升中国管理学研究对管理实践的贡献变得格外重要,越

[收稿日期] 2023-01-18

[基金项目] 国家自然科学基金重点项目“国有企业管理者分层激励的组合模式与作用机制研究”(批准号72132003);国家自然科学基金面上项目“多动因视角下团队水平与垂直薪酬差距对内部合作及团队绩效的跨层影响”(批准号71972097)。

[作者简介] 张正堂,南京大学商学院教授,博士生导师,管理学博士。电子邮箱:njztt2005@126.com。感谢匿名评审专家和编辑部的宝贵意见,文责自负。

来越多的学者关注管理研究的这个基本问题,在方法论上对管理学研究进行反思。例如,徐淑英等(2018)提出“负责任的管理研究”倡议;盛昭瀚(2019)提出,“问题导向”是管理理论发展的推动力;李志军和尚增健(2020)指出,需要纠正学术研究和论文写作中的“数学化”“模型化”等不良倾向。但是,构成学术研究的基石不是方法论,而是本体论和认识论。本体论关注真理是否存在,认识论关注从哲学上讨论人类认识现实的方式,研究人类知识的性质、来源与合理性。从认识论出发,探索管理知识的性质、差异、来源、价值与传播,有助于发现管理研究与实践脱节的根源,帮助管理学研究更好地贡献实践。为此,本文基于马克思主义认识论,提出管理知识的三种类型,构建管理知识生产传播模型,详细阐述管理知识生产和传播的关键途径,分析中国管理学研究对实践贡献弱化的原因,并进一步为如何提升中国管理学研究对实践的贡献提供参考。

本文可能存在的研究贡献体现在:①基于马克思主义认识论提出管理知识三种类型,构建管理知识生产传播模型。知识生产、传播或转移,反映了知识从无到有,以及在不同主体之间的流动。目前对知识产生的研究主要从生产主体角度提出了知识生产的模式1(Mode-1)、模式2(Mode-2)和模式3(Mode-3)三种模式(Griffiths, 2004)。知识传播是知识从来源方到接收方之间转移的过程。现有对知识传播的研究大多数从企业内部或企业之间的角度展开。例如, Szulanski et al.(1996)利用交流模型来研究组织内的知识转移,认为知识转移是在一定的情境中,从知识的源单元到接受单元的信息传播过程。Nonaka(1991)将知识创造解释为隐性知识和显性知识相互转化的螺旋式上升过程,即“社会化—外化—合成—内在化”四阶段往复循环的知识创造模型。Thorpe et al.(2011)从研究视角提出了“知识转移的价值链”。本文则聚焦于管理知识的特性,体现管理研究“从实践中来,到实践中去”的过程,基于马克思主义认识论,从认识事物的过程和方法两个维度,把管理知识分为三种不同类型,构建了管理知识生产传播模型,提出管理知识生产的四条路径和传播的三条路径。这一模型体现了人类认识的“实践—认识—实践”“个别—一般—个别”“具体—抽象—具体”过程,也符合马克思主义认识过程的“两条道路”。②基于管理知识生产传播模型,提出了管理学研究对实践贡献弱化的原因。近年来,学术界围绕管理研究严谨性与实践相关性的关系、何为管理研究的有用性、管理研究与实践脱节等各种争论展开讨论,进而指出管理学研究的实践贡献弱化原因。例如, Sandberg and Tsoukas(2011)认为,管理理论源于科学理性框架而脱离了实践。本文则通过管理知识生产传播模型,构建了管理有用性标准模型,提出管理学研究实践贡献弱化的三个原因,强化了对这一问题的认识。③基于管理知识生产传播模型,提出提升管理学研究实践贡献的建议。目前学术界对增强管理研究成果有用性提出了一些建议,如“参与式学术研究”“入世哲学”(Ven et al., 2020)、“事后实践转化”(Simsek et al., 2018),但还存在不少争论,如现有管理研究范式是否需要调整(Sandberg and Tsoukas, 2011)。本文基于管理知识生产传播模型,提出了增强管理理论知识的理论创新、推行多元化的管理知识生产、构建促进管理知识生产多元化分工的学术环境等建议。

二、管理知识的三种类型

早期有学者对知识类型进行了划分。例如, Aristotle(2009)区分了技艺(Techné)(有用型或目标手段型理性的应用技术知识)、知识(Epistēmē)(研究理论型或分析型问题的基础知识)和实践智慧(Phronēsis)(在一个给定的直接且模糊的社会或政治形势下,如何谨慎、正确行动的实践知识)三种不同的知识。Johanson and Vahlne(1977)从组织学习角度把知识分为客观知识和经验知识。Nonaka et al.(1991)按照属性的差异把知识分为隐性知识(难以形式化与交流)和显性知识(可用系

统形式表达、易于传递)。这种知识分类方法主要是按照显性和隐性来区分的。马克思主义认识论把人对事物的认识划分为两个阶段:一是对事物认识片面的、表面的、外在联系的感性认识;二是对事物认识全体的、本质的、内部联系的理性认识,是获取新知识的重要阶段,是对感性认识得来的材料进行分析、综合、归纳得出的新知识。认识过程是从反映事物现象到本质的深化过程,需要利用一定的认识方法和形式。具体和抽象是与分析和综合密切相联系的思维方法。其中,具体是指对认识中反映出来的或客观存在的事物进行整体把握,实现多方面属性、特点和关系的统一;抽象是指对客观事物某个方面的本质规定的认识,是从具体事物中抽取出来的相对独立的各个方面、属性和关系等,包括只注意复杂事物特定属性的行动和过程(把其他特性抽出去),或者将几个有区别事物的共性形象地抽取出来、孤立分析的行动和过程。利用具体和抽象的思维方法,对客观事物的认识能够由现象向本质、由片面向全面不断发展。

对管理实践认识包括感性和理性两个阶段,而相应的思维方法也经历了从具体发展到抽象再上升到具体的过程,体现了辩证法的一般规律。因此,本文从认识过程(感性与理性)和辩证思维方法(抽象—具体)两个维度来划分,把管理知识划分为三种类型(见图1)。

		思维方法	
		具体	抽象
认识过程	理性	管理应用知识	管理理论知识
	感性	管理经验知识	—

图1 管理知识的三种类型

1. 感性、具体的管理经验知识

经验是知性在加工感性感知的原始材料时所产生的第一个副产品(伊曼努尔·康德,2005)。管理经验知识是人们在解决典型的、富有意义的管理问题过程中所积累的对管理的认识、判断以及处理技能,是最有效、快捷、实用的知识。例如,面对本企业具体的情境,如何制定有效的薪酬方案,每个企业在发展中都会有多年的决策经验、体会和感悟。这些薪酬决策经验就是一种管理经验知识。

管理经验的显著特征是“感性的具体”。“感性的具体”是通过实践者的知觉把握到的各种感性规定性的综合,是体现客观事物的现象面并能被人直接感知到的具体,是一种“完整的表象”。在管理实践中,人们会通过各种方式与客观事物产生直接的关系,并在脑海中对管理实践的各种属性形成感觉和知觉。这个阶段,个体对管理认识还停留在经验上,只知其然而不知其所以然,其中,个别和一般、偶然和必然、现象和本质彼此融合。

2. 理性、抽象的管理理论知识

管理理论知识是被概括和总结过的、剥离了个体特征、被普遍化(Generalized)和理论化的经验。例如,在薪酬方案设计中涉及薪酬差距、绩效薪酬敏感性、薪酬保密若干关键问题的决策,以使得薪酬设计实现组织预期的成效(如绩效提升、团队合作或组织创新)。这些关键问题被学术界转化为科学研究问题,通过规范的实证研究,形成一些抽象的理论结论。

管理理论知识的显著特征是“理性的抽象”。理性认知是认知发展为概念、判断和推理三种形式的高级阶段。概念反映和概括了相似事物之间的共同特征和本质属性。判断是对事物本质和事物间关系的反映。推理是判断与形势判断之间的联系,从逻辑上从已知事物的本质或关系推论未

知的反射形式。抽象是通过研究管理现象各个方面的属性和因素,抽取出其中必然的和本质的属性和因素,并利用某个概念表现出来的思维方法。深入考察感性具体的管理经验知识,经过“理性的抽象”,形成概念、判断和推理,把管理经验提升为理论知识,从而达到事物各方面的本质规定,是更完全、更深刻、更客观地把握事物的整体。

3. 理性、具体的管理应用知识

管理应用知识是把在理性的抽象阶段被分解的理论知识进行有机结合、被舍弃的因素重新纳入管理实践、被抽取出来孤立的因素重新放入普遍联系中而形成的管理知识。例如,总结学术研究中发现的、利于促进组织预期目标实现的薪酬差距、绩效薪酬敏感性、薪酬保密等结论,并结合真实的实践场景,通过管理情境归类,形成不同模式的薪酬决策方案。

管理应用知识的显著特征是“理性的具体”。“理性的具体”是在更高层面上对“感性具体”的回复,是“思维中的具体”。它通过抽象实现对各种规定性的综合,整体性反映了客观事物内在的本质属性。管理应用知识是技术性的、操作性的,可以客体化为工具的性能,成为物化的知识;也可以内化为技能,成为属人的知识。通过“理性的具体”形成的管理应用知识,实现了对事物的本质和规律的全面把握,是可以直接运用于具体、实际活动的管理知识,可以理论指导人们的管理实践,推动实践上升到更高的水平。

4. 三种类型管理知识的关系

管理知识的三种类型划分和三者之间的关系,与马克思主义的“抽象—具体”(即感性具体—理性抽象—理性具体)的科学方法是统一的。马克思(1995)提出认识过程有“两条道路”:一是把完整的表象转化为抽象的规定;二是在思维过程中把抽象的规定转化为具体的再现。^①在管理实践的认识过程中,第一条道路解决了抽象的物质性问题,实现了管理经验知识向管理理论知识的升华;第二条道路则把客体各侧面的反映进行综合,形成概念和逻辑的系统,使客观整体得以表现出来,实现管理理论知识向管理应用知识的转变。以薪酬差距为例,实践者薪酬决策中对薪酬差距的设计经验是一种感性、具体的知识,通过剥离具体的情境、提出背后的科学问题,探讨薪酬差距对员工及组织的影响,并通过第一条道路形成关于薪酬差距设定的理论知识;而理性抽象的薪酬理论知识并不易于被实践者直接应用,还需要融合本领域的相关研究、结合企业各种场景、应用实践者熟悉语言,通过第二条道路形成流程化、体系化和可操作的薪酬应用知识。两条看似相反的运动方向,实际上是完成了从肯定到否定再到否定之否定的螺旋上升,构成对管理实践的完整认识过程。管理经验知识和管理应用知识虽然都是具体的、可应用的,但是两者也不是简单雷同,更体现了螺旋式上升带来的知识创新。

三、管理知识生产传播模型

认识从实践开始,经过实践得到了理论的认识,还须再回到实践去。^②认识真理和客观世界的辩证途径是从生动的直观到抽象的思维、再到实践。^③学术界讨论的管理研究如何贡献于实践,就

^① 参见中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局:《马克思恩格斯全集(第30卷)》,北京:人民出版社,1995年,第41页。

^② 参见中共中央文献编辑委员会:《毛泽东著作选读》,北京:人民出版社,1986年,第131页。

^③ 参见中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局:《列宁全集(第38卷)》,北京:人民出版社,1995年,第181页。

是强调学术界生产的管理理论知识最终要服务于实践,帮助实践者完成管理效率的提升。虽然管理实践者充当了管理实践知识甚至其他形态知识的承载者,但是本文更强调实践者作为知识接受者,而学者成为管理知识的生产者、承载者和传播者。管理研究如何实现“从实践中来,到实践中去”,基于管理知识的三种类型与基本关系,本文提出管理知识的生产传播模型(见图2)。从管理知识源头出发,通过不同类型管理知识的呈现,实现管理知识的生产传播,最终服务于管理实践者。

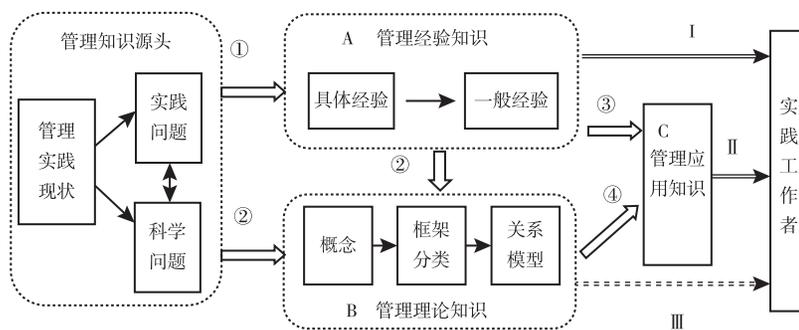


图2 管理知识生产传播模型

注:管理知识包括管理经验知识A、管理理论知识B、管理应用知识C三种类型。①、②、③、④为管理知识生产的主要途径;I、II、III为管理知识传播主要途径,其中,III虚线说明传播的效果较差。

1. 管理知识生产源于管理实践

管理知识生产首先是源于管理实践。很多具有影响力的、改变世界进程的管理理论源于管理研究和管理实践两者之间的统一(肯·史密斯和迈克尔·希特,2016)。这些理论的开创者都密切观察并亲身经历各自所处时代的社会问题。Colquitt and Zapata-Phelan(2007)通过回顾1963—2007年Academy of Management Journal刊发的667篇文章,发现在欧美经济快速发展、工业化进程非常高的20世纪50—80年代,涌现出的管理实践创新为管理研究提供了时代背景。关注该领域理论或方法主题的学者也一直倡导问题驱动的研究(Pillutla and Thau,2013)。

2. 管理知识生产途径

由于管理知识包括三种不同类型,这就形成了多种知识生产途径。本文结合图2分析四种重要的生产途径,同时这些途径之间的组合,也形成知识生产的多种路径。例如,①③组合可以完成从管理实践开始,通过管理经验知识的途径最终生产了管理应用知识;②④组合则意味着从管理实践出发,形成管理理论知识,最终转化为管理应用知识。

(1)从实践经验到管理经验知识的生产(途径)。每个管理者在实践中都积累了很多具体经验。管理实践中的具体经验(又称为实践性总结)是管理实践经由感观进入个体意识的最初材料。这种经验是以具体实践事实为基础总结一次或若干次管理实践的效果和体会,往往停留在原型经验的简单描述,特点是内容浅显、朴实和具体。在解决具体问题的过程中常常表现为个体案例的知识,通常包括问题描述、解决方法、解决效果等方面的信息和细节,表现为个人化、具有特别背景,且尚未被概括、总结和普遍化。因此,这很难具有广泛的应用和推广价值,而且这种价值还受到经验总结者自身理论素养、实践场景、技能技巧的影响。

研究者需要把具体或个体案例的实践经验上升为更具有普遍适用性的一般经验知识。一般经验知识是在具体经验的基础上,概括出的管理实践的内容、程序、方法、效果以及所属范围等,可

以成为类似活动借鉴学习的范例,比具体经验有更大的普遍性。通过三个步骤可以对大量、琐碎的管理实践材料进行系统化、纯粹化的梳理:①根据管理主题的差异,收集、分类、整理管理实践中的基础素材,通过删繁就简、去伪存真的方法抽取其中的重要事实、可供引证的事例和重要数据;②提炼其中的观点,把经验主体化,总结其成就与不足,探寻管理活动的实施流程;③初步揭示具体管理事实之间的内在联系,分析管理措施与效果之间的关系,寻求管理规律。通过挖掘提炼经验实现了隐性知识的显性化,通过整理加工文档实现了显性知识的标准化。经验萃取是最常用的挖掘、沉淀、传播和传承实践经验的研究方法,是利用合适的方法和工具从众多的数据、信息、文本、经验中提炼出知识。无论是具体经验知识还是一般经验知识,总体上是对实践知识的感性、具体的总结。

(2)管理理论知识的生产(途径)。纯粹的管理理论知识来源于管理实践中的经验知识或从管理实践中提炼出的科学问题,这比较受学者的关注。从知识生产的角度看,理论可以被界定为对概念及概念间联系的生产过程的一套理解(Christensen and Carlile, 2009)。管理理论知识的心理表征形式主要是概念、命题、命题网络,往往是理性的、抽象的和客观的。管理研究源于实践,但是纯粹的经验主义只有经过理论沉淀才能成为经典。无论是从实践中提炼科学问题出发还是从已有的管理经验出发,研究者都需要通过科学的论证工具,采用更加量化、科学的模式陈述特定情境下特定行为所产生的结果,并使其具有可验证性、可重复性的科学属性,提炼管理规律,才能形成科学抽象的管理理论知识。

管理理论知识建构包含“构念—分类—关系陈述”三个层级的内容(Christensen and Carlile, 2009):①构念(Constructs)。研究者通过仔细观察、描述和测量,对管理现象和杂乱无章的实践经验进行抽象和总结性认识,形成解释现象的新构念。构念构成管理理论知识生产的基石,是探索理论的工具,并不是既定的事实或教条。②分类(Typologies)。根据管理现象的特征或属性(Attributes)的差异,研究者在观察的基础上,利用抽象的概念对所研究的管理实践归类并形成分类。例如,在战略人力资源管理领域关于人力资源管理对组织结果影响的研究中,一些学者通过强调人力资源管理活动之间的相互补充和支持形成不同类型的人力资源管理系统,包括承诺型和控制型系统(Arthur, 1994)、市场型和内部型系统(Delery and Doty, 1996)。通过分类方法可以把研究内容简化,从而便于发掘管理实践与其结果之间的关系。③关系陈述或模型(Models)。研究者在更大范围内发现管理现象特征的差异,归纳形成相关性陈述(Statements of Correlation)以反映管理特征与观察结果之间的关系。例如,在上述学者对人力资源管理系统分类的基础上,更多学者提出不同类型人力资源管理系统对员工行为和组织绩效具有差异化的影响关系。

(3)从管理经验知识到管理应用知识的生产(途径)。管理经验知识是基于一定的环境背景,具有主观性、个别性、直观感甚至偶然性,更强调探讨、感悟和直观判断,而不是标准化、同一化、普遍性、一般化的。这种经验知识在缺乏相似背景“触动”下很难被表现出来,经验知识的拥有者甚至都不会意识到自身拥有的隐性知识。例如,在特定生产一线从业多年的技术人员调整到新的工作环境,其掌握的经验类知识可能会丧失应用的基础。

通过抽象研究挖掘和准确管理现象,归纳出一连串关联性的“原料”,经验知识得出“休谟”意义上的“是”,但是无法实现“惊险一跃”,达成具有普遍性的“应当”。因此,经验知识往往被认为无法跨越“事实/价值”的鸿沟,难以在更大范围内适用。管理应用知识是通过脑力加工、超越现象,对经验知识的再理性化,实现认识上的“惊险一跃”。从感性、具体的管理经验知识生产出理性、具体的管理应用知识,必须实现从感性到理性的升华,还要保留具体的特征。这就要求研究者要深入管理

实践现场、了解经验现象并超越现象,努力对管理具体现象形成整体性、理性和科学的认识。这种理性体现出从主观到客观、从个案到可复制的认知变化。

研究者在客观、深入地了解管理实践之后,采取一定的方法(如归纳法)和逻辑要求对现实中的实践材料进行提炼,目的是从管理的经验现象中发现因果关系,并进一步提升到普遍理论。在这个过程中,研究者需要不断地深入挖掘素材,反复提炼,充实因果链条,才有可能从十分庞杂的管理现象中归纳得出具有解释力的结论。在复杂管理经验现象中,可能会存在多条因果链,研究者还需要深入调查、发掘更多的素材,以便对这些因果关系作出判断,分清主次因果链及其背后的各种原因,形成完整的因果机制。例如,李树文等(2023)基于案例公司的实践,运用结构化数据分析方法建构了AI能力对企业价值共创的影响过程。张雪和王凤彬(2023)基于小米生态链的纵向案例研究,揭示了生态系统向心力与离心力的演变规律。研究者在掌握丰富的现场资料和经验的基础上,只有通过全局立场深度思考,发掘管理实践中的特殊性和普遍性,才有可能客观地认识经验现象。

探究因果关系需要调研者的经验质感,考验调研者的能力,凸显经验研究的价值。管理学术界可以借鉴社会学术界提出的“饱和经验法”开展管理经验的研究,减弱研究者的主观影响,提升其经验性认识的客观性(贺雪峰,2014)。

(4)从管理理论知识转化为应用知识的生产(途径)。抽象化的管理理论知识经过多级推导、转换、加工,可以转化为以实践性、操作性为目的的应用知识集合。这种知识生产的方式主要包括:

通俗化与诠释,即用实践需要的语言风格和逻辑体系来诠释管理理论知识。①抽象语言的通俗化。科学中的理论词汇最终需要“兑现”为能够被观察到的东西的陈述,否则就只是空洞的、无意义的“噪声”和“图章”(罗森堡,2004)。换句话说,就是要把理性知识转化为容易被接受者理解的感性知识,才能被应用到实践中。所以,要想把管理抽象知识作用于管理实践,就需要去除概念的形式,向具体知识转化,实现“得意忘形”的效果。例如,关于“内隐性建言”的概念,是学术界针对通过“绕弯子提建议”方式来解决而提出来的抽象概念,是“大胆建言”的对立面。但是,这个概念很难直接被实践者理解,也不符合实践者的语言习惯。这就需要实践者的语言、逻辑体系,采用规范化、文档化的方式,把管理理论知识转化为操作规范、流程和标准等程序性知识,把学术界的结论与企业面临问题的解决方案甚至是实施细节结合起来,以促进管理理论的实践应用。②抽象理论的诠释。Benders et al.(2001)认为,管理领域中的很多概念(特别是新概念)具有一定程度的模糊性。学术研究中调节、中介等抽象方式不容易被实践者所理解。每个管理者会按自己的方式、带有意图地进行诠释,有选择、有目的地提取对自身最具吸引力的部分,而不是单纯作为文本原意的“复读机”或“实践者”。诠释灵活性被Ortmann(1995)视为管理思想传播的重要特点,使得实践者都可以在其中找到匹配自己境况的解读。因此,知识生产传播需要有人担任诠释者角色,在解读文本的过程中赋予管理思想新的内涵,把普遍的东西应用于具体的特殊境况,实现对理论知识的再建构。

知识整合,即形成解决管理实践问题的系统知识。从应用的角度看,实践者需要更为系统化的知识内容。例如,企业在薪酬变革决策过程中,需要基于公司文化、已有制度、组织对变革强度的接受度,统一考虑群体间薪酬差距、薪酬绩效敏感性、薪酬预算、市场薪酬等因素。单一的“小题大做”学术研究结论只能在某个实践问题上给予理论指导,无法满足实践者的系统化需求。因此,需要对“小题大做”产生的片状管理理论知识进行整合。知识整合是一个动态的过程,围绕某个特定的任务导向,运用科学的方法,通过有机集成、融合某个领域可能需要的零散、抽象、碎片的知识,将其变成系统的知识体系。知识整合绝不仅仅是把知识简单地综合在一起,而是对各部分的明晰知识进

行筛选、补充、组合、分类等重新组合,汇聚各部分的功能成为一种新的功能。在特定的时间,通过知识整合,甚至重构原有的知识体系,进而重新构建了知识体系。因此,知识整合也是知识生产和创新的一种方式。

知识整合具有多种不同的类型、层次和方式。任皓和邓三鸿(2002)提出了形式整合、分类整合、立体整合和用途整合等知识整合方式。整合过程可以参考 Nonaka(1994)在 SECI 模型中提出的整理、增添、结合和分类等具体整合方法,还可以借鉴 Linn(2012)在知识整合教学中提出的诱出已有想法(Elicit Ideas)、增加新想法(Add Ideas)、辨分想法(Distinguish Ideas)、反思和整理想法(Reflect and Sort Out Ideas)四个环节,从而把这些碎片化的知识转化为连贯性知识。

知识整合还需要解决好管理理论与理论之间的关系,甚至是相互冲突理论之间的关系。复杂、多面的管理现象,理论发展的精致化,研究者多元化的自身情感和意志,这些背景为理论创造形成了广阔的空间,也引致聚焦于经验材料的不同方面而形成不同的理论学说,塑造了诸多观点独特的研究者。以薪酬差距的实施效果为例,竞赛理论认为,拉大薪酬差距可以改善员工态度、创造组织绩效(Lazear and Rosen, 1981);而行为理论则强调合作创造绩效,认为薪酬差距在一定程度上不利于合作,从而影响组织或团队绩效。两种理论观点都得到相应实证研究的支持。实践者面对这种相对竞争的理论知识会感到无所适从,因此需要在知识整合过程中识别这两种理论观点提出的背景、适应的场景,帮助实践者灵活应用。

3. 管理知识的传播途径与实践者的接受度

管理知识的传播,是让知识承载者最有效地把知识传递给知识接受者。实践者关注具体情境下管理知识的直接贡献价值。三种类型的管理知识特性不同,传播的方式和效果也均有差异。

管理经验知识是存储于实践者大脑中的,具有隐含性,难于编码和度量,是非正式的、很难掌握的技能或技巧。这些使它难以用任何系统的或逻辑的方式进行加工或传播。但是,管理经验在管理实践中具有默会性,通过类似的语言、符号可以在人们之间实现知识共享,是一种感性的、具体的知识。因此,这又会使得其更容易被管理实践者接受。学习这种经验知识的方法为“领悟和练习”(Drucker, 1993)或“接触传播”(Nonaka et al., 2000)。经验知识往往依托于某种特定情境。具有相同或相似的工作环境、共同的实践,有助于经验知识拥有者和接受者形成双方容易理解的语言,实现知识传播。因此,管理经验知识的传播关键是需要模拟一个“问题背景”,以个案感悟进行自我探索。通过呈现出经验知识产生时类似的情境和问题背景,激发出那些拥有经验知识者的灵感,促使其采用现场操作、比拟和类推等方式呈现出隐性的经验知识,用语言表达显性的经验知识,从而使学习者观摩、练习、领悟和理解。因此“接触传播”(如“师傅带徒弟”“干中学”)是初学者接受管理经验知识的主要方式。通过“跟从”学徒模式,以及间接的书本或口头传授,形成共同语言,实现经验知识的更准确、有效的传播。

与经验相比,管理理论知识容易以硬性数据、科学公式、编码程序或普适原理的形式,在学术刊物或学术专著上发表,且具有显性的特征,更容易在不同主体之间进行传播和共享。但是由于其具有抽象性、语言专业性,不易被实践者接受。

管理应用知识兼具管理经验知识的具体化特征,又以系统化的知识出现,如以一些实践性的书籍方式出现,其兼具了容易传播和易于接受的特性。无论是在中国还是西方的管理实践中,彼得·德鲁克(Peter F. Drucker)、约翰·科特(John P. Kotter)、亨利·明茨伯格(Henry Mintzberg)、迈克尔·波特(Michael Porter)等学者的著作,虽然并没有采取规范的管理研究范式,但是多年来一直受到管理实践者的高度关注。

四、中国管理学研究对实践贡献弱化的原因

为什么目前中国管理学研究受到质疑,被认为其对管理实践的贡献较弱?基于管理知识生产传播模型,本文认为其主要原因包括:一是模糊管理知识的类型,并且对管理学研究有用性标准的片面理解,认为管理学研究有用性就是研究成果要直接贡献于实践,导致这种认知的产生;二是中国管理学术界管理理论知识的扎堆生产,而管理理论知识生产过程的理论创新不足,客观上也使得其对实践的贡献较弱;三是中国管理理论知识传播障碍,加深了这种认知。

1. 模糊管理知识类型和采用单一的研究有用性标准加深了贡献弱化的认知

研究者通常以管理知识的实践相关性(Relevance)来评判管理研究是否有用。Van de Ven and Johnson(2006)认为相关性有四个标准:描述(回答问题情境中的“是什么”和“怎样处理”问题)、解释(解释问题情境中问题发生的原因)、预测(设置和实现问题情境的期望)和控制(在问题情境中进行有效的干预)。如果将这四个标准作为知识有用性价值维度上的不同表现,显然控制表现为对管理实践是最有用的,描述则有用程度相对最低。但是需要强调的是,管理知识的有用性并不是绝对的,而是有时间和空间的物理边界。所谓空间,是指知识能够应用于什么范围或类型的组织(应用场景的范围);所谓时间,是指知识能够应用于多长的历史时期(应用时间的跨度)。

三种不同类型的管理知识在管理有用性的三个维度上的表现程度是不一样的。管理经验知识具有具体化和情境化特征,在类似的环境能够直接帮助实践者解决问题、实现“控制”的价值,但是一旦情境发生了变化,其适应价值就会大大降低。因此,管理经验知识的有用性更多地表现为控制效果、短期有效、适应场景少。而管理理论知识经过理性化后,把管理实践从具体变成抽象,远离了客体,在很大程度上脱离了一些具体的情境,具有较高的普遍适用性,但是对具体情境的价值降低,主要体现为描述和解释。因而管理理论知识则更多表现为描述价值、长期有效、适应的空间范围更大。例如,泰勒科学管理理论至今仍然在很多管理场景中具有指导价值,甚至当前学术界热议的平台企业对员工的算法控制管理本质上也是泰勒科学管理理论可以解释的。而管理应用知识在这三个维度上表现出了适中的特性。因此,三种不同类型的管理知识在有用性三个维度上表现的差异性如图3所示。

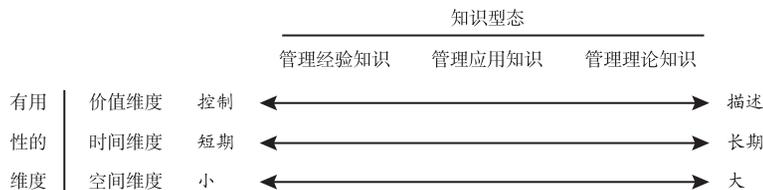


图3 不同类型管理知识在管理有用性三个维度上的表现

综上,不应该把管理知识有用性的衡量维度单一化,也不能模糊管理知识的类型来讨论管理知识的有用性。目前学术界质疑中国管理学研究的实践贡献存在两个误区:一是对管理学研究的实践价值贡献更多关注点是在管理理论知识上。事实上,三种类型的管理知识的有用性各不相同。评价管理研究的有用性还需要考虑其他两种类型的管理知识的实践价值。二是把管理有用性更多聚焦在控制价值上,而管理理论知识对实践的直接有用性有限。在这种情况下,对实践贡献弱化的认知会被加深。

2. 理论研究扎堆和创新不足削弱了实践贡献

国内学者在管理知识生产传播链条上的分工更多集中于理论研究,这也是导致管理研究与实践脱节的主要原因。国内对管理学的研究存在过于扎堆的情况,尤其是集中在所谓“管理理论研究”的环节,表现为:①人群扎堆。大多数学者扎堆于“管理理论研究”,而真正能在管理研究的“红海”里实现理论创新的研究少之又少。同时,重复性的理论研究过多,浪费了诸多的人力、物力和财力。②研究范式扎堆。“八股文”式的实证研究居多,管理类学术刊物刊发的实证文章占比也相对较高,甚至有些文章更像是“照葫芦画瓢”,随便找几个变量及数据,完成的一篇所谓规范的理论研究文章。③选题扎堆。大多数研究是选题来源于文献,尤其是热点话题,存在选题跟风的现象。在国内的管理学理论研究中,聚焦于热点话题的研究占全部理论研究的60%;而在国外理论研究中,热点话题约占全部理论研究的30%(张志学等,2014)。

管理学研究中发现管理的规律,可以通过理论创新为实践创新提供科学的行动指南。但是事实上,中国的管理学研究面临的最大问题是理论贡献不足。谭劲松(2008)认为,大多的中国管理研究像“拎着榔头找钉子”,创新贡献严重不足,是重复低层次的补充性研究。Jia et al.(2012)使用中国的国际顶级期刊论文样本分析发现,95%以上的研究都在讨论和使用西方文献中的主题与理论,仅有10项研究探讨了中国情境下的管理新知识,而源于中国情境的只有市场转型(Market Transition)、关系资本主义(Network Capitalism)和关系(Guanxi)三个概念。如果没有基于中国实践,提炼出的科学问题以及形成能够解释和预测管理实践的理论创新,就不能对中国管理实践有更大的贡献。

理论创新的不足客观上也会削弱管理学研究的实践价值。Duncan(1974)指出,提升管理研究实用性并不在于更新关于什么是理论的认识,而关键可能在于理论产生的源头,这一源头就是科学问题。管理学研究来源于实践需求,并不是仅仅停留在实践问题的解决,而是需要把管理实践问题提炼为科学问题。研究问题在很大程度上决定了研究成果是否以及在多大程度上具备实用性。通过引入新概念,凝练科学问题,也可能会引致新理论或方法的发展。实现中国管理理论和方法的创新,必须能够抓住管理问题的本质,更深入地从管理现象中凝练出科学问题。对于绝大多数国内的管理学者而言,这方面的能力还需要加强。

3. 管理理论知识的传播障碍加剧了贡献弱化的认知

管理理论知识的生产更多体现为以数理验证工具为支撑的模型化,变得越来越抽象,以“抽象的概念+抽象的数据”进行科学化。如图2中的管理知识传播路线所示,以学术成果等形式存在的管理理论知识在应用上存在局限性,并不能被实践者直接应用。

(1)抽象语言造成实践应用中的理解障碍。与经验知识相比,管理理论知识是理性的、抽象的、客观的,通常以数据、公式、程序或原理等方式传播和分享。这也导致管理研究的学术语汇和实践语汇存在着较大鸿沟。大多数学者期望快速发表论文,通常会迎合期刊树立的“标准偏好”,这导致产生越来越多晦涩难懂、虚空浮夸、啰唆冗长的文章(Tourish, 2020)。从实践的角度看,长期学术用语的习惯,使得“科学语言”的“实践性”缺失,实践者难以理解学术领域中的“行话”,也导致了理论与实践的割裂状态。目前,国内还存在管理理论研究直接照搬西方的理论语言和用词来定义中国的现象,脱离“本土”的语言和修辞特征。

(2)量化研究削弱了管理实践的艺术性。实证主义方法论强调,科学是在经验观察的基础上通过归纳找出现象间的规律,建立普遍性的命题,从而可能对同类现象的再次出现做出预言,并对所建立的普遍命题是否有效进行证实(张庆熊, 2010)。但是,不同于自然现象,社会现象大多没有可遵循的普遍规律性。艺术性是管理实践的最大特点,环境、行业、资源条件等各种外界情境的变化

(包括管理者特性的不同),都可能对抽象的管理规律产生影响。当管理知识生产采用量化验证时,无法实现对所有情境的抽象,必然会剔除一些不太重要的因素,并且从大数定律的角度发现管理规律,就已经削弱了管理的艺术特性。而当采取严格的科学导向后,管理知识生产更是限制了管理的艺术性。实践者的周边环境构成了一个有意义、不断演进变化的综合体,而不是一组抽象、偶然联系在一起的变量(Weick,2003)。参与某种实践行为需要沉浸于情境中,并且这一情境中的事物、人、行动和选择都以各自特定的方式发挥着作用。科学理性存在三个问题:一是低估实践者所处关系的总和特性;二是忽略实践者行为环境所展现的独特性;三是从未考虑实践者的时间体验(Sandberg and Tsoukas,2011)。因此,科学理性框架下演化的理论无法对实践背后的逻辑给出公正的评价。管理学的研究者所提出的命题即便在总体层面上是准确的,但从管理者所处的活动情境角度看却过于简化,不一定是有效的(Buchanan,1999)。因此,管理学研究的这种范式对现实的前瞻性预测失效,无法实现精确预测。

(3)“零散”的片状理论知识无法达到管理实践中的系统性要求。管理理论研究主张“小题大做”,通常单独研究组织管理的某个部分或某个侧面。研究选题需要把大问题分解到能对问题中涉及的概念进行准确定义、操作、测量,并且能够把概念和概念之间的关系通过实际的数据加以检验为止(陈晓萍和沈伟,2018)。因此,科学研究是由多人共同完成的“拼图游戏”,学术性的管理理论研究成果是零散的。但是,复杂性理论认为,客观事物的本质是由其全部本质属性构成的有机整体,各个要素之间相互作用、影响、约束。孤立的概念或命题并不能真正揭示事物的本质。真理是由现象、现实的一切方面的总和以及它们之间(相互)关系构成的。^①管理学是一门应用的科学,更强调系统性,而不是专注于某些细节。这种人为的专业化划分会使管理理论研究的结果有悖于管理实践的现实情况。这意味着上述现象的研究对管理实践的作用更显得微不足道。例如,战略人力资源研究中关注何种类型HRM系统会对组织绩效有影响以及影响机制。但是,实践界关注的不仅于此,更多是如何构建、如何实施这样的HRM系统。因此,从实践应用角度看,管理理论知识传播到实践者的路径上缺乏一个知识转化环节。解决管理研究与实践脱节不能仅靠管理理论研究,还需要从知识生产传播的全流程来实现。

五、如何提升中国管理学研究对实践的贡献

1. 增强管理理论知识的理论创新

增强管理理论知识的理论创新是提升中国管理学研究对实践的贡献的基础。基于管理知识生产传播模型,管理学研究通过四种不同的管理知识生产途径实现对管理实践的贡献。作为认识的一个发展阶段、更高思维阶段的必经环节,理性的作用并不是直接为实践提供知识指导。大部分理性抽象的管理理论知识本来就不是直接贡献于管理实践的,但是构成作用管理实践的基础知识。理论创新程度的高低决定了管理理论研究是否具备潜在的更大实践贡献,因此必须进一步明确中国管理学研究的三个基本认识:

(1)管理学理论研究的首要目标就是理论创新。学术界不能因为管理学研究对实践贡献弱化的批评,而忽视理论研究的根本价值是理论创新与贡献。特别地,“我国哲学社会科学应该以我们正在做的事情为中心,从我国改革发展的实践中挖掘新材料、发现新问题、提出新观点、构建新理

^① 参见中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局:《列宁全集(第38卷)》,北京:人民出版社,1995年,第210页。

论,加强对改革开放和社会主义现代化建设实践经验的系统总结……提炼出有学理性的新理论,概括出有规律的新实践”。^①已有理论解释范围的扩展、概念联系的解释机制的澄清、归纳法提出新的概念和关系都构成了理论贡献。理论贡献增加了管理问题(特别是因果关系)的累积性知识(Cumulative Knowledge)(Kepes et al., 2014; Bettis et al., 2016),这种累积性知识能够让人们更加清晰或准确地接受已有知识,还能从已有知识中衍生出对新现象的解释。

(2)管理学理论创新需要定位服务于中国实践。管理理论研究还会面临选择难题。例如,研究中国的海归创业是中国的事情,研究全球人才流动与创业——以中国的数据为例,则是全球的事情(李海洋和李新春,2018)。前者聚焦于中国独特问题,会让研究成果与中国实践结合更紧,但是很难在国际刊物上发表;后者则聚焦于全球问题,研究成果更可能得到国际同行的认可和国际刊物的发表机会,但由于舍弃了中国一些独特现象而更可能与中国的实践应用脱节。表面上,这是研究成果发表的去向问题,本质上则是管理理论研究两种不同的定位:①关注聚焦于中国特有问题的独特理论,“把论文写在祖国的大地上”,提升中国管理理论解决中国管理实践问题的能力,为中国现代化建设作贡献;②在中国情境下发展出来的普适理论,把论文发表在国际刊物上,讲好中国故事,增强中国学者对人类管理理论发展的贡献。虽然对中国管理实践或现象的研究需要放在普适性理论背景和框架下,才可能建立中国管理学的理论创新和贡献(李海洋和李新春,2018),但是这并不代表每个中国学者都应以此为目标。“我国哲学社会科学为谁著书、为谁立说,是为少数人服务还是为绝大多数人服务,是必须搞清楚的问题。”^②与“将论文写在世界科学的高峰上”相比,在中国现阶段,“把论文写在祖国的大地上”以及贡献中国发展则显得更为重要,因此需要投入更多研究力量聚焦于此。

(3)管理学理论研究需要平衡聚焦实践问题和避免短视功利的关系。需要强调的是,不应把可操作性作为管理理论研究的价值标准。有研究把可操作性作为评价科研成果好坏的标准(Latham, 2007),但这种研究观点显然是不靠谱、不可取的。张玉利(2008)认为,理论与实践保持适当的距离是合理的,甚至是一种美。Huff(2000a)认为,商学院的优势是开展基础研究与探索,盲目追求实践相关性是一种误导。Huff(2000b)认为,科学共同体的目标是管理思想的一般化与抽象能力,而不是“直接的实践相关性”。

问题驱动的研究范式适合研究社会相关性强的组织问题,而管理理论研究聚焦在重要实践问题上,并不能在理论贡献方面作出“牺牲”。管理理论研究需要警惕问题意识,避免“捕捉问题”导致理论研究被短期的现实问题“牵着走”“逼着走”。管理理论研究需要避免出现“头疼医头,脚疼医脚”式的选题。科学研究不能短视、功利主义,否则,体系化的管理学思考就难以形成,也很难自觉地构建宏大的管理学学说体系。事实上,中国当前有很多需要研究的管理问题,为什么偏偏没有在管理学术界出现像迈克尔·波特那样的“大师”?这是值得学术界深思的问题。这种现象反而提醒学术界,管理理论研究强调“问题意识”的同时,更要关注长远的管理需求,科学、抽象地思考、挖掘中国管理理论。

2. 以多元化的管理知识生产促进管理学研究对实践的贡献

真正提升管理学研究对实践的贡献,仅仅依靠管理学研究理论创新并不充分。管理学理论创新只是构成了管理研究的潜在贡献。如图2所示,管理理论知识必须通过通俗化、诠释和知识整合,并将其转化为管理应用知识,才能被管理实践者更好地接受,更好地贡献和服务于实践者,实现

① 参见习近平:《在哲学社会科学工作座谈会上的讲话》,《人民日报》,2016年5月19日,第2版。

② 参见习近平:《在哲学社会科学工作座谈会上的讲话》,《人民日报》,2016年5月19日,第2版。

其实践价值。加强管理经验知识和应用知识的生产,能够提升管理学研究的实践贡献。中国学术界需要以多元化的管理知识生产促进管理学研究对实践的贡献。

(1)管理学者研究分工的多元化。泰勒的科学管理研究是管理理论知识生产现代化道路的开端。为了能取得学术声望和地位,大多数商学院都较为推崇精确准则、控制变量、可检验模型的科学研究范式(Pfeffer and Fong, 2002)。管理学在逻辑体系上越来越严谨,获得了大学合法性,却失去了社会合法性,也逐渐脱离实践,远离指导实践的本义。鼓励商业性期刊引用学术研究成果并不能解决这种知识传播的问题(Cohen, 2007)。学者要在管理研究的“蓝海”与“红海”寻找自己的专业分工。基于图2,管理知识的生产具有四种典型的途径,这些途径共同实现了管理研究“从实践中来,到实践中去”。其中,管理理论知识的研究是最重要的方式。但是,这并不意味着每个学者都必须拥挤在管理理论研究这个分工模块上。

遗憾的是,深入管理现场把管理实践总结提升为管理经验知识,以及把管理理论知识整合起来形成更为系统的应用知识等知识生产工作在国内学者群体中几乎无人问津,而是一些管理咨询师试图在这些方面做一些研究工作。然而,由于理论基础相对较弱、研究精力不能集中,大多数管理咨询师很难完成这个使命。因此,应该鼓励更多的学者从事管理知识生产传播价值链中其他环节的研究工作,并明确自己的角色定位,考虑在知识生产传播路径上的差异化分工,而不是拥挤在管理理论研究的环节。

以高校教师为例,从学术职业生涯的角度看,青年教师的优势在于受到更强学术专业能力训练,而劣势则是不太熟悉企业实践及缺乏实践资源,对此可以考虑以管理理论知识生产为主,也可以通过与资深教授合作,让其理论研究选题更能抓住重大实践需求。随着职业经历增加和职称晋升,可以将工作重心兼顾对管理实践需求的挖掘、经验的总结和提炼,完成管理知识生产传播的全路径。这种生涯规划符合管理学者成长的需要,也与高校管理体制较为契合。此外,对于教学型为主的高校教师而言,其教学工作量更多,理论研究能力相对偏弱、精力投入较少,可以优先把研究工作聚焦在管理经验研究,以及把管理理论知识整合转化为管理应用知识等环节。

(2)管理学者能力的多元化。管理知识生产的不同分工,对学者的能力要求是有差异的。但是,共同点是洞察管理实践需求才能保障管理研究的价值。特别地,如果想抓住本土规律、开展中国本土管理研究,意味着必须抓住研究现象背后的本土历史、语言、经验和文化。研究者抓住本土特征的能力越强,理论与实践需求的相关性越高。这就需要研究者不能仅仅“坐在象牙塔”里,更需要花更多的时间“走入管理现场”。

花更多时间在现场与组织参与者建立直接的个人关系很重要,不仅是为了促进研究成果的实施(Lawler et al., 1985),也有利于增加在学术领域取得重大进展的可能性(Weick, 2001)。赫伯特·西蒙(2013)认为,要想在一个领域中获得世界级水平的能力,需要花费十年的努力和精力。管理学大师彼得·德鲁克曾在通用汽车蹲点2年,形成了自己的一套管理学理论。开启管理理论新篇章的霍桑实验历时近10年,极大地挑战了古典管理理论,为现代行为科学奠定了基础。Rynes et al. (1999)对1993—1995年4个主要管理期刊发表的163篇文章及作者的研究发现,学术研究人员在组织现场花费的时间与研究结果的实施应用显著相关。

3. 构建促进管理知识生产多元化分工的学术环境

(1)管理研究成果评价的多元化。目前,大多数商学院在聘期考核、职称晋级、薪酬奖励等制度上以鼓励学术发展为目标。学术成果更是高校学科排名、学院声誉、学者晋升、绩效激励等制度设计的重要依据。如果成果评价仅仅聚焦于管理理论研究,这种标准的单一化会使管理学的研究者

缺乏动力涉足管理知识生产传播模型中提到的其他环节(如管理经验研究、应用研究)。由学者完成且能直接服务于管理实践者的管理应用知识方面的书籍相对较少,而国内高校教师撰写的更多是管理理论研究方面的学术专著,且大部分成果也仅限于学者之间的阅读。因此,鼓励学者参与更多的管理知识生产和传播环节,而不仅仅聚焦于管理理论知识的生产,这需要进一步推行学术评价标准的多样化,树立管理研究成果不局限于理论学术成果的观点,鼓励研究成果的多样化。在研究成果认可上,对于具有理论创新和贡献的学术研究成果、具有直接实践价值的管理经验总结和管理应用知识,这些都是有价值的创新工作,不存在地位差异。

(2)管理学期刊发展的多样化。要想实现国内学者在管理知识生产传播上的差异化分工,需要管理理论研究优先定位于中国问题,以及管理研究成果的多样化,这些都需要管理类期刊发展模式多样化的支持。国内质量较高的管理类刊物通常比较注重研究成果的学术化及其理论贡献;而大多数非学术刊物的发表要求偏低,刊登的多是缺乏深度、“豆腐块”式的简单管理实践或思辨性文章,知识的专业贡献相对不足。

国内管理类期刊需要多样化发展,强化差异化分工的管理研究在刊物差异化定位和充分竞争中繁荣发展:一是打造一批立足并坚持理论创新的管理理论知识交流平台。一方面,现有一些具有较好学术底蕴的期刊,应该坚持学术定位,强化并提高对管理研究成果的理论创新和贡献要求,不能简单盲目迎合当前关于管理理论成果要与实践需求对接的观点。另一方面,鼓励发展具有更高学术品位和定位的研究型期刊。随着近20年来高校对学术研究的日益重视、研究队伍的不断壮大,国内现有的学术期刊显然不能满足管理理论研究成果的发表需要,越来越多的学者开始把成果发表寄希望于国外的学术期刊平台。基于此,在强调“把论文写在祖国的大地上”的同时,还需要开辟更多的学术交流阵地。二是建设一批有专业深度的实践型管理刊物,传播管理经验和应用知识。首先,通过错位发展,鼓励当前一些质量不高的学术刊物或专业深度不足的实践型管理刊物提质增效,能够传播更多管理学者对管理经验知识的深度总结、前瞻知识的探索,以及对管理理论知识整合形成的系统性应用知识。其次,鼓励创办有深度、有内容的管理实践刊物,成为链接管理理论与实践需求的知识传播平台。通过高质量平台的打造,也有助于吸引更多的管理学者从事管理经验知识和管理应用知识生产分工的工作。事实上,在20世纪七八十年代,美国管理类学术期刊就逐步经过变革,形成差异化发展。例如,美国管理学会的四本期刊定位各不相同,其中,《美国管理评论》(Academy of Management Review)定位为发展管理理论,《美国管理学报》(Academy of Management Journal)定位为倡导实证研究,《美国管理学会展望》(Academy of Management Perspective)定位为服务管理实践者,《美国管理学会学习与教育》(Academy of Management Learning & Education)定位为管理教育与学习方法。

六、结论

如何提升中国管理学研究对实践的贡献,是近年来管理学术界持续反思和探讨的重要问题。本文从马克思主义认识论出发,提出管理知识的三种类型,构建了管理知识生产与传播模型,进而探索如何提高管理学研究对实践的贡献。本文的研究结论包括:

(1)从认识论的视角出发,从思维方式(具体和抽象)和认识过程(理性和感性)两个维度,把管理知识分为感性具体的管理经验知识、理性抽象的管理理论知识和理性具体的管理应用知识三种类型。

(2)构建管理知识生产传播模型。该模型认为,管理知识生产源于管理实践;管理知识的生产包括四条途径,即从实践操作到管理经验知识、从管理实践(经验)到管理理论知识、从管理经验知

识到管理应用知识、从管理理论知识转化为管理应用知识,可以形成多种管理知识生产路径;管理知识的传播则包括了从三种类型管理知识分别到达实践者的三种不同途径,且这三种传播途径具有不同的效率,其中,从管理理论知识直接到管理实践者的传播效率是最低的。

(3)基于管理知识生产传播模型,分析了管理学研究被质疑对管理实践贡献较弱的三点原因。一是模糊管理知识类型且采用单一的研究有用性标准加深了贡献弱化的认知。管理学研究有用性标准的理解存在偏差,认为管理研究有用性是管理研究成果可以直接贡献于实践。不应该模糊管理知识的类型讨论管理知识的有用性,也不能把知识有用性的衡量维度单一化。本文从价值、时间和空间三个维度构建了管理知识有用性标准,认为管理知识有用性不仅看价值维度,还需要考察时间和空间维度。三种类型管理知识在有用性三维度上表现出较大的差异性。二是扎堆管理理论研究并且理论创新不足,削弱了中国管理学研究对实践的贡献。三是管理理论知识的传播障碍加剧了贡献弱的认知,认为以下三种障碍制约了管理理论知识的传播和应用:①抽象语言造成实践应用中的理解障碍;②量化研究压制了管理实践的艺术性;③“零散”的片状理论知识无法达到管理实践中的系统性要求。

(4)对如何提高中国管理学研究对实践的贡献提出了如下建议:①增加管理理论知识的理论创新是提升中国管理学研究贡献实践的基础。这就需要明确管理学理论研究的三个基本理念,包括中国管理学理论研究的首要目标依然是理论创新,这种理论创新通过应用转化将直接贡献于管理实践;管理学研究理论创新需要定位优先服务于中国问题;管理理论研究需要平衡聚焦实践问题和避免短视功利的关系。②以多元化的管理知识生产促进管理学研究对实践的贡献。中国学者要在管理学研究的“蓝海”与“红海”中寻找自己的专业分工,不应扎堆在管理理论研究的这一环节。应该鼓励更多的学者从事管理知识生产传播中其他环节的研究工作,相应地也要求管理学者具备多元化的研究能力。③构建促进管理知识生产多元化分工的学术环境。这需要推行研究成果多元化和评价标准的多元化,树立管理学研究成果不等于理论学术成果的观点,相应地要鼓励期刊的多样化,形成多元的知识传播平台。

近二十年来,中国管理学的研究取得了长足的发展,在研究方法、研究规范性和研究水平上实现与国际对话。但是,与此同时,提升管理学研究对实践的贡献也是学术界面临的重要问题。讲好中国故事的同时更要解决好中国实践问题。本文从马克思认识论角度出发,探讨了当前中国管理学研究遇到的实践贡献弱问题。未来的研究可以从更具体的环节,例如,如何从实践中凝练科学问题,如何把相对“零星”的管理理论知识转化为系统的管理应用知识,以及从认识论、方法论和方法上更深入探讨这一现象、寻求有效的解决方法,并将其应用到管理研究中。

〔参考文献〕

- [1]陈晓萍,沈伟.组织与管理研究的实证方法(第三版)[M].北京:北京大学出版社,2018.
- [2][德]伊曼努尔·康德.康德著作全集(第4卷)[M].李秋雪等译.北京:中国人民大学出版社,2005.
- [3]郭重庆.中国管理学界的社会责任与历史使命[J].管理学报,2008,(3):320-322.
- [4]贺雪峰.饱和经验法[J].社会学评论,2014,(1):4-12.
- [5]李海洋,李新春.中国管理学研究向何处去[J].管理学季刊,2018,(2):1-9.
- [6]李树文,罗瑾琏,张志菲.AI能力如何助推企业实现价值共创—基于企业与客户间互动的探索性案例研究[J].中国工业经济,2023,(5):174-192.
- [7]李志军,尚增健.学者的初心与使命——学术研究与论文写作中的“数学化”“模型化”反思[M].北京:经济管理出版社,2020.
- [8][美]赫伯特·西蒙.管理行为[M].詹正茂译.北京:机械工业出版社,2013.

- [9][美]罗森堡. 科学哲学[M]. 刘华杰译. 上海: 上海科技教育出版社, 2004.
- [10][美]肯·史密斯, 迈克尔·希特. 管理学中的伟大思想: 经典理论的开发历程[M]. 徐飞等译. 北京: 北京大学出版社, 2016.
- [11]任皓, 邓三鸿. 知识管理的重要步骤——知识整合[J]. 情报科学, 2002, (6): 650-653.
- [12]盛昭瀚. 问题导向: 管理理论发展的推动力[J]. 管理科学学报, 2019, (5): 1-11.
- [13]谭劲松. 关于管理研究及其理论和方法的讨论[J]. 管理科学学报, 2008, (2): 145-152.
- [14]Ven A. H. V. D., 井润田, 李晓林. 从“入世治学”角度看本土化管理研究[J]. 管理学季刊, 2020, (1): 1-13.
- [15]徐淑英, 李绪红, 贾良定, 梁建, 仲为国, 井润田, H. Douglas. 负责任的管理研究: 哲学与实践[M]. 北京: 北京大学出版社, 2018.
- [16]张庆熊. 社会科学的哲学: 实证主义、诠释学和维特根斯坦的转型[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2010.
- [17]张雪, 王凤彬. 生态系统向心力与离心力的演变—基于小米生态链的纵向案例研究[J]. 中国工业经济, 2023, (9): 174-192.
- [18]张玉利. 管理学术界与企业界脱节的问题分析[J]. 管理学报, 2008, (3): 336-339.
- [19]张志学, 鞠冬, 马力. 组织行为学研究的现状: 意义与建议[J]. 心理学报, 2014, (2): 265-284.
- [20]Aristotle. The Nicomachean Ethics[M]. New York: Oxford University Press Inc, 2009.
- [21]Arthur, J. B. Effects of Human Resource Systems on Manufacturing Performance and Turnover [J]. Academy of Management Journal, 1994, 37(3): 670-687.
- [22]Benders, J., and K. V. Veen. What's in a Fashion? Interpretative Viability and Management Fashions[J]. Organization, 2001, 8(1): 33-53.
- [23]Bettis, R. A., S. Ethiraj, A. Gambardella, C. Helfat, and W. Mitchell. Creating Repeatable Cumulative Knowledge in Strategic Management: A Call for Abroad and Deep Conversation among Authors, Referees, and Editors[J]. Strategic Management Journal, 2016, 37(2): 257-261.
- [24]Buchanan, D. A. The Logic of Politic Action: An Experiment with the Epistemology of the Particular [J]. British Journal of Management, 1999, 10: 73-88.
- [25]Christensen, C. M., and P. R. Carlile. Course Research: Using the Case Method to Build and Teach Management Theory [J]. Academy of Management Learning & Education, 2009, 8(2): 240-251.
- [26]Cohen, D. J. The Very Separate Worlds of Academic and Practitioner Publications in Human Resource Management: Reasons for the Divide and Concrete Solutions for Bridging the Gap[J]. Academy of Management Journal, 2007, 50(5): 1013-1019.
- [27]Colquitt, J. A., and C. P. Zapata-Phelan. Trends in Theory Building and Theory Testing: A Five-Decade Study of the Academy of Management Journal[J]. Academy of Management Journal, 2007, 50(6): 1281-1303.
- [28]Delery, J. E., and D. H. Doty. Modes of Theorizing in Strategic Human Resource Management: Tests of Universalistic, Contingency, and Configurational Performance Predictions [J]. Academy of Management Journal, 1996, 39(4): 802-835.
- [29]Drucker, P. F. Post-capitalist Society[M]. Oxford: Butterworth Heinemann, 1993.
- [30]Duncan, W. J. Management Theory and the Practice of Management[J]. Business Horizons, 1974, 17(5): 48-52.
- [31]Griffiths, R. Knowledge Production and the Research-Teaching Nexus: The Case of the Built Environment Disciplines[J]. Studies in Higher Education, 2004, 29(6): 709-726.
- [32]Huang, X., and M. H. Bond. Handbook of Chinese Organizational Behavior: Integrating Theory, Research and Practice [M]. Cheltenham: Edward-Elgar, 2012.
- [33]Huff, A. S. Citigroup's John Reed and Stanford's James March on Management Research and Practice[J]. Academy of Management Executive, 2000a, 14(1): 52-64.
- [34]Huff, A. S. Presidential Address: Changes in Organizational Knowledge Production [J]. Academy of Management

- Review, 2000b, 25(2): 288-293.
- [35] Jia, L., S. You, and Y. Du. Chinese Context and Theoretical Contributions to Management and Organization Research: A Three-decade Review[J]. *Management and Organization Review*, 2012, 8(1): 173-209.
- [36] Johanson, J., and J. E. Vahlne. The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments[J]. *Journal of International Business Studies*, 1977, 8(1): 23-32.
- [37] Kepes, S., A. A. Bennett, and M. A. McDaniel. Evidence-Based Management and the Trustworthiness of Our Cumulative Scientific Knowledge: Implications for Teaching, Research, and Practice[J]. *Academy of Management Learning & Education*, 2014, 13(3): 446-466.
- [38] Latham, G. P. A Speculative Perspective on the Transfer of Behavioral Science Findings to the Workplace: The Times They Are A-Changin[J]. *Academy of Management Journal*, 2007, 50(5): 1027-1032.
- [39] Lawler, E. E. III, A. M. Mohrman, Jr., S. A. Mohrman, G. E. Ledford, Jr., T. G. Cummings. *Doing Research That is Useful for Theory and Practice*[M]. San Francisco: Jossey-Bass, 1985.
- [40] Lazear, E. P., and S. Rosen. Rank-Order Tournaments as Optimum Labor Contracts[J]. *Journal of Political Economy*, 1981, 89(5): 841-864.
- [41] Linn, M. C. Insights for Teaching and Learning Science [A]. Dede, C., J. Richards. *Digital Teaching Platforms: Customizing Classroom Learning for Each Student*[C]. New York: Teachers College Press, 2012.
- [42] Nonaka, I. The knowledge Creating Company[J]. *Harvard Business Review*, 1991, 69(6): 96-104.
- [43] Nonaka, I. A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation[J]. *Organization Science*, 1994, 5(1): 14-37.
- [44] Nonaka, I., R. Toyama, N. Konno. SECI, Ba and Leadership: A Unified Model of Dynamic Knowledge Creation[J]. *Long Range Planning*, 2000, 33(1): 5-34.
- [45] Ortmann, G. *Formen der Produktion*[M]. Wiesbaden: Gabler, 1995.
- [46] Pfeffer, J., and C. T. Fong. The End of Business Schools? Less Success than Meets the Eye [J]. *Academy of Management Learning & Education*, 2002, 1(1): 78-95.
- [47] Pillutla, M. M., and S. Thau. Organizational Sciences' Obsession with "That's Interesting!": Consequences and an Alternative[J]. *Organizational Psychology Review*, 2013, 3(2): 187-194.
- [48] Rynes, S. L., D. B. McNatt, and R. D. Bretz. Academic Research inside Organizations: Inputs, Processes, and Outcomes [J]. *Personnel Psychology*, 1999, 52 (4): 869-898.
- [49] Sandberg, J., and H. Tsoukas. Grasping the Logic of Practical: Theorizing through Practical Rationality[J]. *Academy of Management Review*, 2011, 36(2): 338-360.
- [50] Simsek Z., P. Bansal, J. D. Shaw, P. Heugens, and W. K. Smith. Seeing Practice Impact in New Ways[J]. *Academy of Management Journal*, 2018, 61(6): 2021-2025.
- [51] Szulanski, G. Exploring Internal Stickiness: Impediments to the Transfer of Best Practice within the Firm [J]. *Strategic Management Journal*, 1996, 17: 27-43.
- [52] Thorpe R, G. Eden, and J. Bessant. Rigour, Relevance, and Reward: Introducing the Knowledge Translation Value Chain[J]. *British Journal of Management*, 2011, 22(3): 420-431.
- [53] Tourish, D. The Triumph of Nonsense in Management Studies[J]. *Academy of Management Learning & Education*, 2020, 19(1): 99-109.
- [54] Van de Ven, A. H., and P. E. Johnson. Knowledge for Theory and Practice[J]. *Academy of Management Journal*, 2006, 31 (4): 802-821.
- [55] Weick, K. E. Gapping the Relevance Bridge: Fashions Meet Fundamentals in Management Research [J]. *British Journal of Management*, 2001, 12(S1): S71-S75.
- [56] Weick, K. E. Theory and Practice in the Real World [A]. Tsoukas, H., C. Knudsen. *The Oxford Handbook of Organization Theory*[C]. Oxford: Oxford University Press, 2003.

How to Enhance the Contribution of Chinese Management Research to Practice: A Study Based on the Model of Management Knowledge Production and Communication

ZHANG Zheng-tang
(Business School, Nanjing University)

Abstract: How to enhance the contribution of Chinese management research to practice has been an important issue that have been explored in management academic circles in recent years. From the perspective of the Marxist epistemology, this study puts forward three types of management knowledge, constructs a management knowledge production and communication model, and then explores how to enhance the contribution of Chinese management research to practice.

First of all, from the perspective of epistemology, this paper, in two dimensions of thinking mode (concrete and abstract) and cognitive process (rational and perceptual), divides management knowledge into three types: perceptual concrete management experience knowledge, rational abstract management theory knowledge, and rational concrete management application knowledge.

Secondly, a production and communication model of management knowledge is constructed. The model believes that the production of management knowledge originates from management practice. The production of management knowledge includes four paths, namely, from practical operations to the production of management experience knowledge, the production of pure management theory knowledge, from the production of management experience knowledge to the production of management application knowledge, and from the transformation of management theory knowledge to the production of management application knowledge. The combination of different approaches can form a variety of management knowledge production paths. The communication of management knowledge includes three ways from three types of management knowledge to practitioners. These three communication channels have different levels of efficiency, among which the communication efficiency from management theory knowledge directly to management practitioners is the lowest.

Thirdly, based on the production and communication model of management knowledge, this paper points out three reasons for management research to be questioned for its weak contribution to management practice. ① Blurring management knowledge types and adopting a single standard of research usefulness enhance the perception of weak contributions. This paper constructs the criteria of the usefulness of management knowledge in three dimensions: value, time and space. It holds that the usefulness of management knowledge not only depends on the value dimension, but also needs to examine the time and space dimensions. The three types of management knowledge show great differences in the three dimensions of usefulness. ② The insufficient theoretical innovation in current management theory research weakens the contribution of Chinese management research to practice. ③ Barriers to the communication of management theory knowledge exacerbate the perception that management research has a weak contribution.

Finally, the paper puts forward suggestions on how to improve the contribution of Chinese management research to practice. ① Enhancing the theoretical innovation of management theory knowledge is the basis for improving the contribution of Chinese management research to practice. ② To promote the contribution of management research to practice through diversified management knowledge production. More scholars should be encouraged to engage in research on other links in the production and communication of management knowledge, and management scholars are required to have diversified research capabilities. ③ It is necessary to build an academic environment that promotes the diversification of management research. This requires promoting the diversification of research results and evaluation criteria, encouraging the diversification of journals, and forming a diverse knowledge communication platform.

Keywords: Marxist epistemology; knowledge production; knowledge communication; management theory knowledge; management experience knowledge

JEL Classification: M00 M10 A10

[责任编辑:崔志新]