

大学生加入线上知识社群行为和氛围的相关研究

吴海燕¹ 迟梦雅¹ 许永程²

1.黑龙江中医药大学 2.哈尔滨仟睿达科技开发有限公司

DOI:10.12238/mef.v3i7.2610

[摘要] 本文通过横截面调查,研究了不同年级、户口、性别、学习成绩的194名大学生加入的线上知识社群行为(包括社群类型、加入的时长和日访问次数),和所感受的社群氛围(通过知识社群自由氛围,社群奖励氛围,社群共享氛围,社群支持氛围,社群创新氛围,社群意识六个维度的量表测定)的关系,研究结果显示年级、生源地、性别、学习成绩对社群氛围和加入行为有统计学意义。建议在后疫情时代,教育管理研究关注大学生在线知识社群的建构。

[关键词] 大学生;知识社群;社群行为;社群氛围

中图分类号: G645 **文献标识码:** A

Related Research on the Behavior and Atmosphere of College Students Joining the Online Knowledge Community

Haiyan Wu¹, Mengya Chi¹, Yongcheng Xu²

1 Heilongjiang University of Chinese Medicine, 2 Harbin Qianruida Technology Development Co., Ltd.

[Abstract] Through a cross-sectional survey, this paper studies the behaviors of online knowledge communities (including the type of community, the length of joining, and the number of daily visits) that 194 college students of different grades, household registration, gender, and academic performance have joined, and the relationship of the communities atmosphere (through the six dimensions of knowledge community free atmosphere, community reward atmosphere, community sharing atmosphere, community support atmosphere, community innovation atmosphere, and community awareness). Research results show that grade, student origin, gender, and academic performance are statistically significant for community atmosphere and joining behavior. It is recommended that in the post-epidemic era, education management research focuses on the construction of college students' online knowledge communities.

[Key words] college students; knowledge community; community behavior; community atmosphere

1 引言

知识社群(knowledge community)也被称为是知识社区或者学习社区,其实质是一种知识和交流分享机制。线上知识社群,是指个体利用在线社交平台或应用程序,为满足个人学习兴趣而进行的在线获取和分享知识等活动的网络社群。今年,由于疫情因素,大学生未能按时返校,高校纷纷开展线上教学,在当下移动互联网持续发展的大背景之下,借助于微信等平台的知识社群的火爆,为线上知识社群的构建提供了有力的条件。大学生线上知识社群的构建因素主要包括知识社群氛围。氛围是动态

地反应“人类行为”和“环境刺激”之间“互动”的复杂关系。本文通过社群自由氛围,社群奖励氛围,社群共享氛围,社群支持氛围,社群创新氛围,社群意识等六个维度进行调研,研究大学生线上知识社群氛围与社群参与行为的关系。

2 方法

本研究的数据样本来自问卷调查,调查方式采用网上在线调查,调查对象为在校大学生,样学校为黑龙江中医药大学。本次共收回问卷207份,剔除没有参与任何知识社群的学生问卷4份,填写无效的问卷9份,得到有效问卷194份,

有效回收率为93.6%。

问卷分为两个部分,第一部分为调查对象的基本信息,包括性别,年级,户口,自评学习成绩,所加入的知识社群类型,参与的时长及日访问频率。第二部分为知识社群氛围量表,共24条目,为李克特加和量表,包含六个分量表,分别为:社群自由氛围(4条目),社群奖励氛围(4条目),社群共享氛围(5条目),社群支持氛围(3条目),社群创新氛围(3条目),社群意识(5条目)。选项为:“很不同意”到“很同意”五点计分,为1-5。以上分量表在本项研究中的克隆巴赫 α 值分别为0.849,0.890,

0.896, 0.908, 0.798, 0.881。

统计分析方法：本研究采用IBM SPSS Statistics 24对所有数据进行分析。用描述性统计分析方法，对学生基本情况与知识社群使用情况用频数百分比，二者的相关关系用皮尔森卡方检验，对大学生对所参与的知识社群氛围进行单因素分析，二分类变量用独立样本T检验，多分类变量用F检验。本研究为探索性研究，检验水准 $\alpha=0.05$ ，双尾检验。

3 结果

3.1被调查学生的基本信息和在线知识社群的使用情况

194名学生中，男生55名，占总人数的28%，大二和大三年级学生相对较多，分别占24%和39%，自评成绩好（优秀和良好）的占60%，学生干部占24%，城市户口的学生占38%。

表1 被调查者的基本信息及知识社群的使用情况

变量	内容	频数	百分比
性别	男	55	28.35
	女	139	71.65
年级	大一	37	19.07
	大二	47	24.23
	大三	76	39.18
	大四	34	17.00
成绩	优秀	31	15.98
	良好	87	44.85
	中等	68	35.05
	较差	8	4.12
学生干部	是	46	23.71
	否	148	76.29
户口	城市	74	38.14
	农村	120	61.86
社群类型 (复选)	阶段性学习任务交流群	100	53.19
	职业技能交流群	45	23.94
	软技能类知识社群	59	31.38
	知识分享活动交流群	53	28.19
	其他	35	18.62
加入社群的时长	3个月内	85	44.50
	3个月到1年	74	38.74
	1-3年	25	13.09
	3年以上	5	2.62
日查阅次数	≤3次	83	43.46
	4-6次	64	33.51
	7-12次	21	10.99
	≥12次	23	

平均每名学生参与1.55个类型的知识社群，其中53%的学生参加了阶段性学

习任务交流群，如考研交流群、群面技巧交流群，31%的学生参加了软技能类知识社群，如思成自习室、21天坚持阅读打卡群。28%的学生参加了知识分享活动交流群，如4.18单面公开课、考研择校指导讲座群。83%的学生加入最重要的知识社群为一年内，其中44.5%在三个月内。43%的学生每日查阅次数为43%。详细情况见表1所示。

3.2被调查者在线知识社群氛围量表得分情况

六个分量表得分分布情况如表2所示，数据分布比较合理，呈现正态分布。量表题项平均得分范围为3.53-3.63，总分为 86.33 ± 15.17 ，范围为74（46~120）分。

表2 知识社群氛围得分

得分	范围	最小值	最大值	均值	标准差
社群自由氛围	16	4	20	14.45	3.09
社群奖励氛围	16	4	20	14.53	2.96
社群共享氛围	17	8	25	17.97	3.47
社群支持氛围	12	3	15	10.97	2.18
社群创新氛围	10	5	15	10.58	2.13
社群意识	17	8	25	17.68	3.52
社群氛围总分	74	46	120	86.33	15.17

3.3被调查者参与的知识社群行为的相关分析

对被调查者的基本信息与参与知识社群的行为（社群类型、参与的时长、访问次数）进行相关分析发现，仅有不同生源的学生在是否加入阶段性学习任务方面的差异有统计学意义（卡方 $=4.657$ ， $p=0.031$ ），城市生源的学生更愿意参加阶段性学习任务的在线知识社群，结果见表3。

表3 阶段性学习任务交流群

户口	没参加	参加	χ^2	p
城市	28	46	4.657	0.031
农村	63	54		

3.4知识社群氛围的单因素分析

对大学生感知的知识社群氛围各维度进行单因素分析，影响因素为被调查者相关信息和参与知识社群的行为（社群类型、参与的时长、日访问次数）。结果显示女生感受知识社群支持氛围得分高于男性（ $t=2.12$ ， $p=0.04$ ），差异有统计学意义，结果见表4。低年级学生在知识社群氛围各个维度打分较高，并且这

种差距在社群自由氛围，社群奖励氛围，社群共享氛围，社群支持氛围，社群意识五个维度具有统计学意义。结果见表5。在体会知识群体自由，奖励，支持氛围方面，均为城市生源的学生得分高于农村学生，其差异在0.1水平上显著（ $p=0.056\sim 0.078$ ）。

表4 不同性别感受的社群支持氛围得分情况

性别	平均值	标准差	t	P
男	10.45	1.94	-2.12	0.04
女	11.18	2.24		

4 讨论与结论

对大学生而言，参与在线知识社群已经成为常态，大学生通常参加四种类型知识社会群体自主学习，获取自己想要的知识。这四种类型分别是阶段性学习任务，职业技能交流，互相鼓励的软技能交流，知识分享交流、资料交流群。

1. 户口因素仍然是影响学生参与知识社群的重要原因。总体而言，城市学生以更积极的心态参与在线知识群体的建构，并对在线知识群体氛围有更好的体会与良好互动。这后面的原因比较复杂，可能与网络使用的方便程度、网络接触时间长短有关。2. 在对知识群体氛围评价中，也显出性别差异，女生更愿意支持他人也更愿意接受他人的帮助，对所属群体更加维护，群体黏性较高，这与其他研究结果一致。3. 大学生加入在线知识群体的时间与年级有关系，一般而言，进入校门开始参加各种知识群体，高年级的同学参加的群体时间更长，研究结果也证实了这一点。低年级学生对所加入的在线知识群体氛围比较满意，而随着年级的增加，满意度降低。这给我们教学管理提供了有价值的信息，也就是关注、引导低年级大学生加入、建设在线知识群体，研究如何能使在线知识群体具有良好的氛围，保持持久的吸引力。4. 自评学习成绩较差的八名同学，其对在线知识社群氛围评价的各个维度得分都较低，对所参与的知识群体氛围有着比较负面的评价，大学生学习成绩与在线知识群体的复杂关系，值得进一步研究。5. 大学生参与的时长越长，越认同社群的共享氛围，也对群

表5 不同年级在知识社群氛围各维度得分情况

内容	年级	平均值	标准差	F	P
社群自由氛围	大一	15.97	2.94	5.996	0.001
	大二	14.72	2.71		
	大三	14.15	2.77		
	大四	13.09	3.70		
社群奖励氛围	大一	15.92	3.26	4.714	0.003
	大二	14.72	2.65		
	大三	14.25	2.59		
	大四	13.44	3.32		
社群共享氛围	大一	19.26	3.60	3.389	0.019
	大二	18.50	3.36		
	大三	17.22	3.37		
	大四	17.59	3.36		
社群支持氛围	大一	12.17	2.06	6.117	0.001
	大二	11.17	1.89		
	大三	10.64	2.20		
	大四	10.21	2.14		
社群创新氛围	大一	11.29	2.11	1.885	0.134
	大二	10.65	1.98		
	大三	10.32	2.06		
	大四	10.32	2.38		
社群意识	大一	19.00	3.24	3.598	0.015
	大二	18.33	3.17		
	大三	17.04	3.62		
	大四	16.94	3.61		
社群氛围总分	大一	94.18	14.22	5.356	0.001
	大二	88.09	14.02		
	大三	83.85	14.26		
	大四	81.59	16.75		

体更有归属感，愿意维护群体，有良好的群体意识。另外，大学生对各种氛围的感受得分随着日查阅群次数增加而增大，这与以往研究结果一致。

以后的研究应该扩大样本量，尤其纳入各类学生，对自评学习成绩较差的学生，或许通过在线社群，使其达到与提高学习成绩的目的。另外，在加入

在线知识群体的方式和类型上进一步细化，以便对后疫情时代大学生在线知识群体的内涵的深刻理解。第三，设计纵向研究，对大学生在线社群氛围的感受与学习成绩乃至自主学习的因果关系进行深层研究。

基金项目：

黑龙江省教育科学规划专项课题《基于自主学习的大学生线上知识社群构建策略研究》的研究成果。

参考文献

[1]董学兵,常亚平,肖灵.虚拟品牌社群氛围对品牌忠诚的影响[J].管理学报,2018,15(11):1697-1704.

[2]朱瑾,林敬梓,王兴元.在线社群氛围对社群成员创新行为的作用机理研究——自我决定视角[J].科技进步与对策,2017,34(08):29-36.

[3]赵建彬,景奉杰.在线品牌社群氛围对顾客创新行为的影响研究[J].管理科学,2016,29(04):125-138.

作者简介：

吴海燕（1972—），女，汉族，宁夏固原市人，副教授，博士，研究方向：高等教育组织行为学。