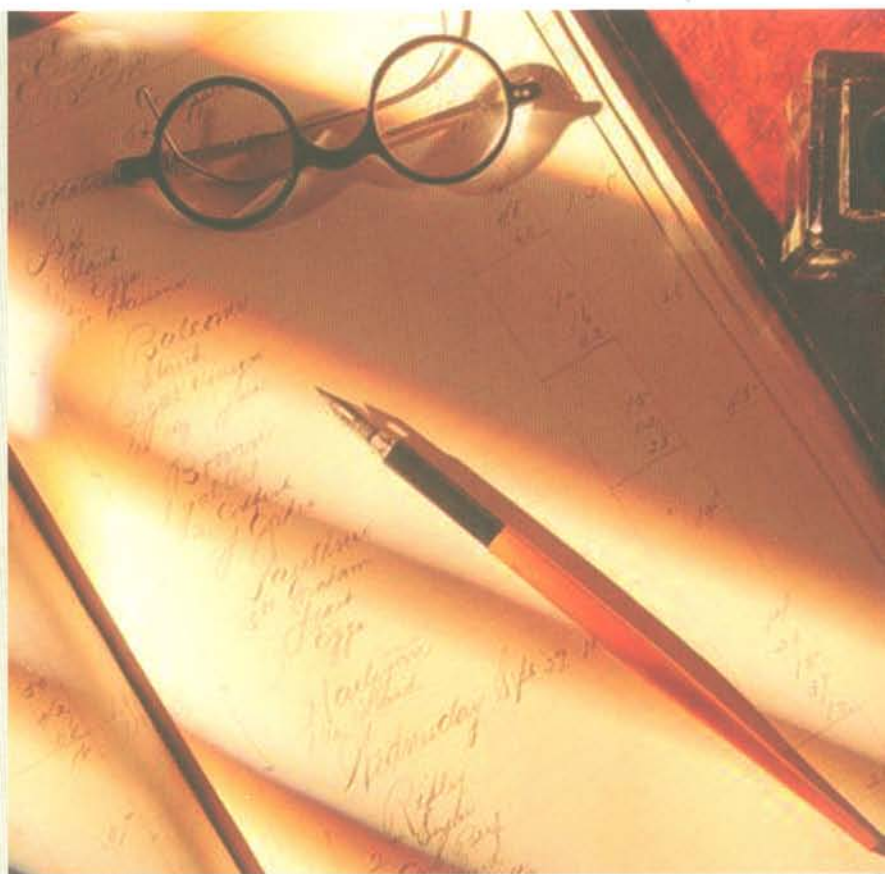


怎样写好文献综述

——案例及评述

How to Review Literature
——Cases and Comments

张 黎◎著



科学出版社

www.sciencep.com

怎样写好文献综述
——案例及评述

How to Review Literature
——Cases and Comments

张 黎 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

文献综述是学术论文中关键的内容之一,如何撰写条理清晰和规范的文献综述是研究人员必须掌握的技能。本书通过对近二十篇文献综述案例的分析,指出了在文献综述过程中经常出现的问题,如对文献的简单罗列、不恰当的综述线索、逻辑混乱和不严密,以及没有基于文献提出研究问题和假设等。此外,本书对如何在文章的引言、文献回顾、研究方法和结果讨论等部分结合文献进行综述做了详细的阐述。

本书可供管理学领域的硕士和博士研究生,以及涉足学术研究的本科生参考。此外,刚刚进入学术研究领域的研究人员,以及尚未接受规范学术研究训练的管理学研究人员也会受益匪浅。当然,从事社会学、心理学和其他人文科学的研究人员也将从中得到启示和帮助。

图书在版编目(CIP)数据

怎样写好文献综述——案例及评述= How to Review Literature——Cases and Comments/张黎著. —北京:科学出版社,2008

ISBN 978-7-03-020823-1

I. 怎… II. 张… III. 文献学 IV. G256

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 007198 号

责任编辑:余 丁/ 责任校对:陈玉凤

责任印制:刘士平/ 封面设计:耕者

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 1 月第 一 版 开本: B5(720× 1000)

2009 年 1 月第二次印刷 印张: 13 3/4

印数: 3 001-4 000 字数: 263 000

定价: 36.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈新欣〉)

前 言

随着各个领域的学术研究在我国快速发展,如何科学、规范地撰写学术论文成为学生和初入研究领域科研人员必须掌握的一个技能。一篇好的学术论文除了必须具有一个有意义的选题、严谨的研究方法和合理的分析总结外,一个重要的部分是规范、条理清晰的文献综述。

在我国的管理学研究领域,定量的研究逐渐成为主流,从目前我国管理学核心学术期刊所刊登的文章来看,定量的理论和实证研究的比例在逐年上升。和定性研究一样,定量研究对文章的规范性要求也很严格。一般说来,一篇规范的定量研究学术论文基本上包括问题的提出或者称引言、相关理论和实证研究综述、研究的问题或者假设、研究方法、数据分析、总结和讨论以及对本研究局限性的总结和对未来研究的建议等几个主要部分。

其中,相关理论和实证研究综述是一篇学术论文的关键部分,是文章提出具体研究问题并佐证为什么要研究这些问题的基础。只有对文献中相关理论进行很好的回顾,作者才可能找到本研究所立足的理论框架并结合理论进行具体的逻辑分析和推理,以期对相关理论进行讨论和拓展。如果论文是一个实证性的研究,那么除了理论部分外,在文献综述部分,作者还需对文献中相关的实证研究进行系统的回顾。其目的是总结已有研究的结果,在总结的基础上发现目前文献中出现的問題,例如一些研究结果中不一致、矛盾的地方以及出现的研究空白等,从而据此确定自己的研究问题,以期对相关问题进行澄清、对文献有所贡献。

笔者在指导研究生写作学位和一般学术论文的过程中,发现学生们在如何进行规范的学术研究,特别是在如何写作规范的文献综述部分方面普遍缺乏系统的训练。首先,他们对文献综述的重要性缺乏应有的认识,也不知道文献综述的根本目的。这可能是受目前大量泛泛而谈的讨论性文章的影响,这类文章的一个共同特点是作者就某一个問題泛泛地给出自己的观点。阅读这类文章后,读者往往无法得知在这个问题上的研究目前到底进展到什么程度,其中主要的观点是什么,对这个问题的认识是如何逐步发展起来的,也无法得知这类研究所依据的主要理论是什么,实证研究对相关理论都有什么贡献,如何推动了理论在本领域的应用和发展等。这就好像建一个房屋,要完成整个建筑,建筑工人必须首先用一块块砖建起一面墙,然后在面面墙的基础上完成房屋建筑。假如说我们将这个房屋看作是一个研究领域,例如对于消费行为的研究,那么每一面墙是我们在消费行为领域中建立起来的一个理论,而每一块砖就可以被看作是在一个理论框架下进行的具体研究。

若干年的研究成果累计起来,大量学者所贡献的砖就构成了一面墙,而由这些墙就最终构成了一个房屋。

从以上这个角度看来,我们在一个领域中进行的研究首先应该明确自己是在建造哪一面墙,自己将要进行的研究是这一面墙体中的哪一块砖,也就是说在哪一个理论之下,所要进行的研究处在该理论框架下的什么位置。如果没有一个很好的文献综述,作者以及读者就没有办法了解目前在这个研究课题上到底进行到了什么程度,如同无法得知一面坚实的墙面中已经有了哪些砖块、这些砖块处在什么位置、墙面上还有哪些空洞或者砌到了一个什么高度,而自己要建造的砖块应该以及将要填补或者坐落在墙面上的哪一个部分。因此我们说,一个缺乏文献综述的泛泛而谈的文章不仅仅是是不尊重前人的研究成果,也使得自己的研究没有基础,甚至是重复别人已经完成的研究,导致浪费宝贵的研究精力和时间。

另外一个问题是相当数量的学生不知道如何进行文献综述。这些学生往往是在老师的指导下收集了足够量的文献,但却不知道如何下手撰写文献综述,不知道如何理清自己的思路,将文献中的理论和研究成果系统地、合乎逻辑地整合起来,并且为自己要进行的研究服务,也不知道采用什么样的规范化语言。最后往往将文献综述写成一个材料的堆积和罗列。这样就不能为论文的其他部分服务,不能基于文献综述找出要研究的问题并佐证研究这些问题的重要性和必要性。

撰写一个高质量的文献综述需要作者经过严格的训练和大量的实践。从目前国内外在文献综述教学方面的课程、书籍和文章来看,基本上都是给出文献综述思路、格式和规范的语言表述方法,让学习者按照一个清晰的思路和比较标准的格式进行文献综述的写作。但是从我们的教学实践来看,学生们在阅读此类书籍后,一个普遍的反映就是:在真正开始文献综述的时候,还是无法“下手”。

在过去的几年中,笔者在北京大学中国经济研究中心开设了管理学硕士和博士生必修的“文献综述和研究方法”课程,主要讲述如何进行文献综述和通过科学规范的研究方法来完成学术研究。在教学过程中,笔者总结出一个案例教学的模式,这种模式克服了以往相关教学书籍中存在的缺陷,也使得学生们能够更加直观地了解文献综述中常出现的问题。

从三年多来的教学实践看,这种案例教学的方式较以往按照教科书施教的方法有几个优点:首先,目前书籍和文章给出的文献综述写作方法在总体上来说只提供了一个思路或者说是框架,但是如何将这些应用到具体的写作中去依然是一个大问题;其次,目前大多数有关文献综述的内容都是相关教学书籍(如以研究方法、如何撰写学术论文等为主要内容的书籍)中的一个章节,有限的篇幅使得这些教学参考书的作者们不可能很详尽地论述文献综述的撰写思路和方法;最后,从笔者对学生们习作的总结分析来看,这些初入学术论文写作的作者们在文献综述部分出现的问题五花八门、林林总总,有相当数量的问题在相关教科书和文章中不曾被涉

及,其中有些问题是关键性的,而有些问题是十分细节和琐碎的,几乎不可能将这些问题进行总结和提炼,也很难说清楚。因此,从上述几个方面来看,采用案例分析的方法可以使学生对文献综述中易出现的问题、正确的综述方法等有个很直观的认识,也容易接受和应用。结果证明,采用案例教学的效果很好。在案例分析的过程中,很多学生往往会有这样的一个反馈:这个案例中提到的问题就是我出现的问题,这个问题好像就是说我的!

一般来说,我们进行的研究主要有理论研究、实证研究和一般的纯文献综述几种类型,在实证研究中又包括定性和定量两种。在本书中,我们将主要结合定量的实证研究来讨论文献综述的写作问题。当然,在有关章节中我们也对如何写作纯文献回顾进行探讨。

本书首先结合国内外有关文献综述方面的书籍和文章,给出一个进行文献综述的基本方法和思路的总体介绍。其后笔者将近20篇学生们的习作作为案例文章进行评述,找出与文献综述思路和方法相关的问题,特别是学生们普遍具有的问题。并将这些问题分门别类加以分析和评论。

除了学生们的习作外,本书中的例文基本是笔者和合作者已发表的中文学术论文。这些文章均发表在我国的管理类中文核心期刊上,如《管理世界》、《南开管理评论》、《商业经济与管理》、《管理科学》以及目前我国营销学的优秀学术期刊《营销科学学报》等,并且经过多轮的匿名审稿。

本书的大概结构如下:首先,将对一篇学术文章的结构,即文章所包括的主要部分进行介绍;其后,将结合一些介绍如何撰写文献综述的书籍对什么是文献综述、文献综述的目的以及如何进行综述文献进行阐述;接着将按照纯文献综述类和实证类文章,并且结合学生们的习作案例,对文献综述中常出现的问题进行评述分析。这些问题包括对相关文献中的研究进行简单罗列而非综述、以作者而非研究结果为线索进行综述、没有基于文献综述提出研究问题或假设、没有让综述为自己的研究目的服务、利用文献进行讨论和推理过程中常常缺少一些逻辑推理的环节、没有处理好在文献综述中出现的概念等等;最后,将结合一些例文对如何在研究方法、结果讨论、文章的贡献和实践意义以及文章的不足和对未来相关研究的建议等几个学术性文章的主要部分进行文献综述展开讨论。

本书的目标读者主要是经济和管理学领域的硕士和博士研究生,以及已经涉足学术研究的本科学生。此外,对于刚刚开始学术研究、尚未接受规范的研究方法训练的管理学研究人员也会有所受益。当然,开始从事社会学、心理学和其他人文科学的研究人员也将从本书得到有益的启示和帮助。

当然,鉴于作者自身的水平有限,在对案例和例文的评述过程中难免存在这样那样的问题。此外,每个人综述文献的思路和方法也会有不同,带有自己的特点,笔者对案例进行评述难免会从自己的角度和习惯出发。因此在本书中不可避免地会

出现不妥的地方,欢迎有关专家和读者提出宝贵意见,以便能够将本书进一步完善,最终能够对需要学习文献综述的学生或者研究人员有所帮助。

除了一些例文外,本书中所引用的案例都是笔者在教学过程中学生们的习作(笔者对这些案例进行了细小的改动如文字上的修改等)。虽然这些习作在文献综述上还存在许多不足,但是都有值得肯定和学习的地方,有的文献综述也相对比较成熟。为了帮助读者更多地了解文献综述中容易出现的问题,笔者在随后的评述中指出的基本上都是文章的不足之处,而不再就值得肯定的部分进行讨论。在此,作者向这些文献综述的作者表示衷心的感谢,感谢他们慷慨地提供自己的习作用以评述。没有他们提供的案例,这本书是不可能完成的。

张 黎

2007年10月于北大燕东园

目 录

前言

第一章 学术论文的结构和文献综述.....	1
第一节 学术论文的结构.....	1
第二节 文献综述的目的、文献来源以及对文献的有机整合	6
第二章 文献综述案例评述：纯文献综述类型的文章	15
第一节 案例一：中国旅游节庆活动研究综述	15
第二节 案例二：国内外主题公园研究综述	27
第三节 案例三：现代大学制度下高校财政危机问题的研究综述	40
第四节 案例四：对改革开放以来中国农村土地制度研究的文献综述 ...	50
第五节 案例五：中国农村社会养老保险制度的动态分析和趋势预测 ...	57
第六节 案例六：产业集群研究综述	65
第七节 案例七：商店价格形象	74
第八节 本章总结	84
第三章 文献综述案例评述：实证研究类文章	88
第一节 案例八：快速消费品代言人内在特质对于代言效果的影响	88
第二节 案例九：改革中的国有企业高级管理层统计特征与企业绩效的关 系.....	101
第三节 案例十：跨国公司知识传递机制及影响因素——本土营销服务公 司视角.....	111
第四节 如何提出假设.....	126
第五节 案例十一：消费者国外品牌手机购买：Fishbein 模型的适用性检验 和扩展.....	131
第六节 案例十二：影响经销商与供应商长期合作意愿的因素	141
第七节 案例十三：价值观对趋优消费的影响及新奢侈品产品收益的研究	150
第八节 案例十四：大学生选择中西快餐品牌的社会心理学因素分析	158
第九节 案例十五：创业导向与企业绩效——环境、进入顺序和胜任力的 影响.....	166
第十节 案例十六：CEO 人口统计学特征与企业多点竞争策略的关系探 讨.....	174

第四章 研究方法部分的文献综述·····	184
第一节 研究方法部分应用文献综述案例一·····	184
第二节 研究方法部分应用文献综述案例二·····	186
第五章 在文章的讨论部分如何结合文献回顾·····	190
第六章 参考文献部分·····	199
第一节 参考文献格式·····	199
第二节 在参考文献部分常见的问题和错误·····	203

第一章 学术论文的结构和文献综述

第一节 学术论文的结构

虽然每位作者在写作学术论文时可能偏好不同的结构，不同的学术期刊对于文章的结构也有不同的要求，但是一般来说，一篇学术论文主要包括以下几个主要的部分。

一、文章题目、摘要和关键词

1. 题目

文章的题目在实质上就是一篇论文的“名字”。一般要求用作者简单的文字将论文所研究的关键问题和核心思想表述出来，例如“降价表述方式与消费者感知的降价幅度和购买意愿”。许多学术期刊对题目的字数都有限制，这就要求作者必须避免多余的、不相关的字眼，言简意赅地直接表明主题，让读者看了题目后能够大概了解论文的主题和讨论的关键问题。

有时作者会感觉到用简短的主标题较难表达出一篇文章的中心思想，或者需要进行一些补充，这个时候往往会采用副标题的形式。如“影响被赞助活动和赞助品牌间形象转移的因素——基于蒙牛酸酸乳赞助超级女声的实证研究”。

在确定论文题目的时候,容易出现的一个问题是作者往往将题目定得过宽、过大，希望利用这种题目引起读者对于研究的关注，例如“我国消费者的价格感知行为研究”。这是一些研究人员经常容易犯的错误，因为这样过于宽泛的题目会让读者难以把握文章所研究的核心问题，一个泛泛的、比较宏观的题目也不能准确地表述出作者所要研究的具体问题。例如，相比“降价表述方式与消费者感知的降价幅度和购买意愿”，“我国消费者的价格感知行为研究”这个题目就没有能够抓住“降价表述方式”、“消费者感知的降价幅度”和“购买意愿”这几个所要研究的关键因素，特别是“我国消费者”和“价格感知行为”这两个概念非常宽泛。首先,一般的研究都不可能将对一个样本的研究推广到我国消费者这个整体人群；其次是价格感知行为的内涵很宽，不能落实到对降价幅度的感知和购买意愿这两个具体的问题上。

2. 摘要

摘要就是对一篇论文的高度概括性的介绍。一般来说,学术期刊对于摘要都有字数上的严格限制,如限制在200字或者是300字以内等。一个好的摘要应该能让读者在阅读了短短的一段文字后,基本了解文章所要研究的关键问题、主要的研究对象以及最关键的结果。请看下面两个摘要的例子。

摘要例1:

企业赞助一项活动的主要目的之一是将活动的某些形象通过赞助这种方式转移到企业或者产品品牌的形象上来,并借此达到塑造品牌形象的目的。本文以蒙牛酸酸乳对具有较大社会影响的超级女声活动的赞助作为研究对象,来分析影响形象转移的因素。结果发现消费者感知的赞助活动的质量以及赞助活动和赞助品牌之间的拟合度是影响形象转移的关键因素。而消费者介入活动的程度和感知的活动曝光度只会影响其对活动本身的评价。本文最后讨论了研究结果的理论意义以及对活动组织者与赞助商的启示。

引自:张黎,林松,范亭亭.2007.影响被赞助活动和赞助品牌间形象转移的因素——基于蒙牛酸酸乳赞助超级女声的实证研究.管理世界,166:84-93.

摘要例2:

降价的表述方式通常有相对于原价的百分比降幅和绝对减让幅度两种。本研究分析了这两种降价表述方式对消费者所感知的降价幅度和购买意愿的影响。结果表明:在不同的产品价格水平和降价幅度下,这两种降价表述方式对感知降价幅度的影响是不同的。此外,对低价格产品,消费者对价格信息关注的程度会影响他们感知两种降价表述方式下的降价幅度。

引自:张黎,范亭亭,王文博.2007.不同降价表述方式下消费者对降价幅度的感知和购买意愿.南开管理评论,10(3):19-28.

不同的期刊对于摘要有着不同的具体要求,例如有的期刊要求在摘要中不能出现第一人称如“我”或者“我们”,以及“作者”、“本文”或者“本研究”这样的字眼等等,因此作者在按照这些期刊的要求写作论文的摘要时,必须注意这类问题,例如:

摘要例3:

从网民网下传统购物习惯的角度研究了其在网上购物的特点,具体分析了有过网上购物经历的网民和没有网上购物经历的网民以及在网上购物相对频繁、花费较多的网民和购物次数相对较少、花费较少的网民在传统网下购物行为上的差异。此外,通过对网下和网上消费行为关联性的探索,将相对比较成熟的对消费者传统网下购物行为的研究经验和网上消费行为的研究联系起来,并使那些对于传统消费行为有着较好理解和把握的零售商增强对网上消费者需求的了解。

引自:张黎. 2006. 网民传统的网下购物习惯与其网上购物行为的关联性及其实践意义. 管理科学, 19 (2): 13-21.

不管具体的要求如何, 作者一般都应该在摘要中首先开宗明义地给出文章所涉及的主要问题, 然后可以是研究对象和主要的研究方法等, 最后是研究的主要结果即发现。此外, 即使是在短短的摘要中, 逻辑递进关系也应该非常清楚, 比如可以用几个关键的过渡词, 如“本文研究了”或者“本文以……为研究对象”→“结果发现”或者“结果表明”→“此外”→“最后”。当然, 这个逻辑递进的关系应该和文章中内容安排的顺序相对应。

根据笔者自己的经验, 摘要的第一稿往往并不能令人满意, 具体表现在字数太多, 以及没有准确地概括文章的核心问题等。修改的顺序最好是首先将文章的核心思想表述清楚, 然后是逐步删除次要的语句, 最后是仔细斟酌摘要的文字, 删除多余的、可有可无的字。这样在多次修改以后, 检查是否达到字数上的要求。

3. 关键词

关键词的主要作用是用于检索, 合适的关键词将使得一篇文章在文献库中容易被查询。一般来说, 关键词应该是文章中关键的、出现频率较多的概念或者是关键的变量等。一般的学术刊物会要求给出三到五个关键词, 因此作者应该珍惜这几个词, 仔细斟酌。

关键词例:

关键词: 品牌策略 赞助活动 品牌形象转移 超级女声

关键词: 消费行为 零售 价格促销 价格感知 价格折扣表述

二、引言

引言也可以称作绪论或者问题的提出等, 是一篇学术论文正文的第一部分, 主要是提出要研究的问题, 并且论证研究的必要性和意义。就内容来说, 这一部分已经涉及文献综述, 原因是要论证研究的必要性, 往往就要从理论或者实践的角度引用相关文献。

引言例:

由湖南卫视打造的超级女声活动在全国范围内受到了极大的关注, 产生了较大的影响, 这与蒙牛集团在背后的运作有着密切的关系。蒙牛以旗下的一个产品品牌酸酸乳通过赞助的形式向超级女声注入了赞助资金和提供宣传辅助。而另一方面, 蒙牛酸酸乳也通过赞助超级女声获得了产品销量的增加和品牌知名度的提高。从营销传播角度来看, 蒙牛通过这个赞助活动迅速而且大幅度地提升一个产品的知名度, 对于谋求建立产品品牌的国内企业是一个有益的启示。

尽管赞助在达到提升企业和品牌知名度、提高产品销量等营销目标方面的重

要性已被广泛认同,但从相关文献来看,在如何科学地评估赞助活动的效果方面还没有达成一致(Cornwell and Maignan, 1998)。较早期的研究大多数以赞助品牌的知晓度作为赞助的主要目标来测量,另外还有部分研究关注的是赞助前后消费者品牌购买意愿的变化。由于后续的研究逐步意识到品牌形象的重要性,一部分学者开始将研究重点转移到赞助对消费者如何感知品牌形象的影响上来,品牌形象作为赞助的结果变量越来越受到学术界的重视(Walliser, 2003)。

在我国,关于赞助影响品牌形象的研究仍然滞后于市场发展的步伐。虽然已经有一部分企业开始意识到赞助对于产品营销的帮助,但是在实际操作上并没有真正把握赞助对品牌创建、维护和提升的作用,以至于常常限于单纯追求短期销量的提高和品牌知名度的上升,在由品牌形象等构成的品牌资产方面并没有取得显著的效果。

因此,本研究将以蒙牛酸酸乳对超级女声活动的赞助作为研究对象,从品牌形象转移的角度来研究赞助活动的效果,分析影响品牌转移效果的因素。下面我们首先对相关理论和实证研究进行一个回顾,在此基础上提出相关假设。

引自:张黎,林松,范亭亭.2007.影响被赞助活动和赞助品牌间形象转移的因素——基于蒙牛酸酸乳赞助超级女声的实证研究.管理世界,166:84-93.

三、文献回顾

这部分内容是结合所要研究的问题,对相关的理论和实证研究进行一个文献的回顾。在这个部分,主要应该达到几个目的:

1. 介绍相关的理论

一般来说,一个研究特别是实证研究是在一个理论的框架下进行,通过一个具体的研究以期对理论的适用性进行检验,试图拓展理论或者对理论的正确与否进行验证。要达到这个目的,首先应该对相关理论进行介绍。

2. 对实证研究进行回顾

对文献中相关的实证研究进行总结和分析,找出研究的空白、一致性的结果或者相互矛盾的地方等。

3. 提出研究问题或者研究假设

在理论框架和已有的实证研究的基础上,提出作者将要研究的问题或者需要检验的假设。

四、研究方法

在实证研究中,这个部分主要是介绍样本的选择、问卷的设计过程和问卷包括的主要内容,如测量变量的问题项等。对于利用实验方法进行的研究来说,这部分需要介绍参加实验者的情况、实验刺激物的具体描述、实验进行的过程以及记录、测量实验效果的方式(如问卷)等。

五、数据分析和结果

在这个部分,研究人员需要详细介绍对所收集到的数据进行统计处理的方法和具体步骤。比如在定量研究中对于变量的因子分析、对变量测量量表的信度和效度的检验、回归分析、方差分析或者是结构方程模型等。当然,作者需要以合适的方式,包括图表和文字等,对数据分析的结果进行报告。

六、结果讨论

在结果讨论部分,作者需要对数据分析的结果作一个总结,强调主要的发现等。同时应该结合相关理论和实证研究文献对结果和发现进行讨论,例如有什么重要的发现、和以前的研究结果有什么不同、如何解释等等。在这部分内容中,关键是对研究结果进行深层次的讨论,而不能紧紧局限于对结果的罗列。因此可以说这部分的内容建立在“数据分析和结果”部分之上,但在一个更高的层次对文章的结果和发现进行讨论,和以往的文献进行比较并加以解释。

七、文章的理论贡献和实践意义

一个研究对相关理论的贡献是什么、结论对于实践有什么启示和借鉴意义等,都应该在这个部分表述清楚。在本书的有关部分会论述到,在这个部分的内容中,作者可能同样需要结合文献进行具体的讨论。

八、文章的不足之处以及对未来相关研究的建议

在这个部分,作者需要对研究的不足之处进行讨论,例如样本的特殊性是否限制了研究结论的可推广性,对于相关问题的分析是否还不充分、在研究方法上存在哪些不严谨的地方等等。此外,对未来相关研究的建议就是作者在完成研究后,感觉有什么问题还没有说清楚、有哪些未涉及的但是还具有研究价值的问题、本研究给未来研究带来的经验和教训等。在这个部分可能同样需要涉及对相关文献的回顾。

九、参考文献

对于文章正文中引用的文献,在最后的参考文献部分应该给出所引用文献的细节,如作者名、文献年份、文章题目、出自的期刊名、期刊的卷和期以及所引用文章的起始页码等细节信息。其目的是让有兴趣的读者可以顺利地查找到所引用的相关文献。在这个部分容易出现的问题是作者往往忽视参考文献的重要性,表现为不遵守参考文献的格式规范、漏掉一些引用的文献、参考文献的给出顺序不合规范等。

十、附录

一些不适合在文章正文中出现的细节性内容往往会放在附录部分,例如调查问卷、一些细节性的数据处理方法和图表等。

第二节 文献综述的目的、文献来源 以及对文献的有机整合

一、文献综述的目的

总的说来,文献综述有以下几个目的:首先,文献综述总结了与自己的课题相关的研究结果,包括每个研究所涉及的具体问题、研究思路以及研究结果等;其次,在总结的基础上,作者会通过文献综述将所综述的每一个研究与整个文献相关联,并且对每一个研究在文献中的贡献加以评述,比如说填补了文献中的空白、对文献进行了有意义的扩展等(Cooper, 1984; Marshall & Rossman, 1999);最后,文献综述通过对相关文献的回顾建立了一个研究的框架体系。通过这个框架体系,读者可以清晰地了解到作者所要进行的研究对于文献的重要性和贡献。同时通过这个框架体系,也可以明确地界定文献中每一个研究的具体结果是什么、在这个框架中处于什么位置,并且能够和文献中其余研究的结果相对比(Creswell, 2002)。如果给出这么一个比喻,读者们可能对文献综述的框架意义有着更好的理解:文献综述就好像是一幅地图,它将文献中的相关研究纳入这张图中。通过这张图,综述的作者清楚地描绘出了文献中每一个研究处在文献中的什么部位、和其他研究的距离以及方位(也就是关联性)。最后,作者会在地图中清晰地标识出自己的研究将处于的位置,并且告诉读者为什么要进行处于那么一个位置的研究。

文献综述者必须意识到文献综述不只是写给自己,而更主要是呈现给读者。通过阅读文献,找出自己的研究方向和要研究的具体问题,这是一个思维的过程。然而,读者不能直接看到文献综述者脑海中的思维,他们对文献可能也并不熟悉,许

多甚至对相关领域一点也不了解。因此,作者需要通过文献综述使得读者对相关研究有所了解,即在阅读文献综述后,读者应该对过去的研究所涉及的具体问题、研究的手段,以及研究的主要发现和结论有所了解。为了显示自己所进行的研究的意义、理论和实践的价值,作者也应该让读者知道过去相关研究的缺陷和空白,以及拟进行的研究将如何对文献有所贡献。读者甚至应该了解到相比过去的研究,本研究在研究方法包括研究的设计思路和具体程序上有什么改进(Cone & Foster, 1993)。总之,好的文献综述应该使得读者确信你所要进行的研究在这个领域是有价值的,提出的研究问题是清晰的,方法也是可行的(Cone & Foster, 1993)。

二、定性和定量研究中的文献综述

从认识论这个根本点出发,研究人员进行的人文科学研究有定性和定量两个方法,这两个方法在具体的研究手段上存在差异。首先,定性研究方法指的是“在自然环境下,使用实地体验、开放型访谈、参与型和非参与型观察、文献分析、个案调查等方法对社会现象进行深入细致和长期的研究;其分析方式以归纳为主……”(陈向明, 1996, p. 94)。简单地说,定性研究的倡导和实践者认为世上并没有一个所谓普遍存在的客观事实和真理,对于世界的了解由于研究人员所处的角度不同而存在差异,这个角度是与研究人员的背景如教育水平、社会地位和宗教信仰等密切相关(Lincoln & Guba, 1985)。形象地说,就是每一个人都会戴着自己特有的“眼镜”来看待周边的事物,因此在定性研究中研究人员除了报告自己的发现以外,还应该汇报自己在研究、看待问题时所处的角度(Maxwell, 1997; Taylor & Bogdan, 1984)。只有这样,别人才处在一个相对客观的角度来审视我们的研究,并对研究结果的合理性做出判断(Creswell, 2002; Lincoln & Guba, 1985, 2000)。定性研究常采用的研究方法包括案例分析、观察法、文献分析等。

相反,定量研究则认为存在一个客观的真理,事物之间的关联不以人的意识为转移并且可以通过量化的手段来揭示。因此,定量研究依靠量化的手段对事物的可量化部分进行测量,通过统计分析来发现变量之间的关系以达到对事物的理解和把握(陈向明, 1996; Creswell, 2002)。定量研究中常采用的方法包括问卷调查法、实验法等。

对于定性研究来说,文献综述的目的、方式以及在文章结构中的位置都和定量研究中的文献综述有所不同。由于在本书中,我们讨论的主要是定量研究的文献综述,因此对如何在定性研究中进行文献综述,读者可以参考相关的书籍,例如Creswell (2002)。在定量研究中,一般会安排一个专门的部分,叫做“文献综述”、“相关文献的回顾”等。这个文献综述的目的是为所研究的问题或者提出的假设服务。当然,在一篇文章的后面部分进行结果讨论时,一般也会涉及相关的

文献。这个时候主要是将本研究的结果和文献中的研究进行比较,并在此基础上进行讨论。甚至在文章最后讨论研究的不足、局限性以及对未来研究的建议时,有时也会利用文献来支持自己的观点,请读者参考本书的相关部分。

三、文献的来源

在进行文献综述之前,一个比较常见的问题是如何找到有价值的文献。研究方法方面的著名学者 Burns (2000) 在总结自己进行学术研究,特别是综述文献的经验时,提出较好的方法是首先找到一些初步的文献并从中得到有价值的线索,这里所指的初步文献包括教科书和一些学者在相关领域进行的文献综述。通过教科书,可以得到与课题相关的一个完整的理论和研究框架及体系,同时在书籍中也可以发现丰富的参考文献。而通过一些文献综述类文章,可以比较容易地对相关文献情况有一个初步的了解和整体的把握 (Burns, 2000)。虽然在一个文献综述中,作者对于原始文献的理解和总结可能存在一定的偏差,也可能加入了一些个人的观点,但是一般来说,这些已经进行的文献综述将使得研究者对相关研究情况有一个快速和大概的了解。通过对这些资料的阅读和理解,可以更加明确自己所要研究的课题在整个相关文献体系中的位置,同时对自己所要进行的研究的价值和目的有个更好的判断 (Burns, 2000)。在这个基础上,可以进一步查找一些后续的文献,这些文献更多地来自一些学术期刊、学术会议论文集、学位论文、工作论文等,然后进行详细的文献综述。

文献的来源是多方面的,研究人员可以使用关键词在一些文献数据库中进行搜索。在我国比较常用的社会科学的文献数据库有万方数据库、中文学术期刊数据库以及维普中文期刊数据库等,国外的西文数据库包括 ABI/EBSCO 和 JSTOR 等。在这些数据库中,可以找到一些学术期刊和一些实用型的非学术性期刊。当然在一些数据库中,还可以查找到书籍、硕博士的学位论文和一些课题报告等。除了图书馆中提供的数据库外,互联网也是一个很好的资料来源,例如通过 Google 中 Google Scholar 对文献进行搜寻,往往能够得到丰富的文献。当然在互联网上搜集到的许多文献,没有办法得到全文,这时可以转向学校的图书馆或者相关的数据库,再查找全文。

当然,作者应该对相关课题的最新近文献有所了解并进行收集。没有对这些文献的回顾会使自己对所研究课题的最新进展缺乏了解,以致影响到研究的质量。从这点来说,文献的搜寻和综述是一个“永无止境”(never-ending)的过程 (Welman & Kruger, 1999)。

所综述的文献大多应该是一手的 (primary sources)。一手资料或者称原始资料主要指的是那些由直接经历、目睹事件的人以文字、照片、录音或者是其他形式对相关事件所作的记录,这些一手资料能够对所研究的事件提供直接的证据

(Taylor & Bogdan, 1984; Welman & Kruger, 1999)。在学术文献中,那些针对某个问题而进行的原始研究和讨论就是一手资料,也可以称之为“一手文献”。相反,二手资料(secondary sources)指的是在相关事件上提供的非直接信息,这些信息不是建立在对事件的亲身经历基础之上,而是通过直接经历人的记录或者叙述而得到相关信息(Taylor & Bogdan, 1984; Welman & Kruger, 1999)。在学术文献中,有时候可以看到对其他人的研究结果和观点进行转述和评论,而不是自己亲自进行研究而得到的结果,此类对于别人研究成果的转述或评论就是一种形式的二手资料或者二手文献。过多地引用二手文献是比较危险的,原因是二手文献的提供者在解读别人研究结果时往往会加入自己的理解,甚至会有一些偏见,毕竟每个人对于一个事物的看法是不同的(Welman & Kruger, 1999)。

此外,在有些情况下可能无法找到原始的文献,例如看到某个作者所引用的文章在一个无法找到的非主流的期刊中,或者是一个在会议上宣读的文章但是大会并没有出版论文集。如果在这种情况下确实需要引用该文献,就不能按照已经阅读了这篇文章的方式来引用,而是应该采用一种如美国心理研究学会(American Psychological Association, APA)制定的格式,以表明引用者是从另外一个作者的文章里阅读到该作者对于原始文章的转述(Cone & Foster, 1993)。这种格式需要给出原文献以及引用的文献,如原作者、时间以及引自的作者和时间。

最后,对于一些实用型的期刊例如在我国比较知名的《世界经理人》、《销售与市场》、《商业评论》等,这些期刊的主要阅读人群为业界人士,同样是平时获取有价值信息的渠道。但是它们和学术性论文还是不一样的:学术性的期刊一般经过比较严格的评审,数据来源和分析方法等方面在文章中也有比较完整的呈现,因此可以从数据来源、数据分析以及结果等方面对相关研究进行回顾和评判,并提出自己的观点;而对于实用类型的期刊或者称杂志,一般来说在数据等资料来源以及研究方法方面基本没有涉及,无法判断相关结论和观点的正确性和可靠性等(Cone & Foster, 1993)。因此,在文献综述时一般不会轻易引用这些期刊中的结论。当然,在一篇文章的引言部分,为了充分论证所研究课题的现实意义和研究的必要性等,有时候会引用来自这些实用型期刊的结论或者观点,读者可以参看在后面案例中的相关评述。

四、对文献的有机整合

文献综述是由对每一篇文章的总结组成。因此在写文献综述的过程中,首先需要对文献中的每一篇文章进行很好的总结和评论。就每一篇文章,最好能够做一个读书笔记,最后将这些笔记进行综合并最终形成完整的文献综述。

阅读每一篇文献,不仅仅要对其中重要的结论和启示进行记录和总结,而且

还应该批判性和建设性的评价 (Welman & Kruger, 1999), 比如说找出文献的缺陷。具体说来, 在阅读每一篇文献时, 需要考虑哪些是该文献所没有回答的问题、研究可能存在哪些方法上的问题、所提出的对未来研究的建议是什么等。特别是对于实证性的文章, 尤其需要关注的是研究的逻辑推理、研究方法以及研究结果报告部分, 而不是最后作者给出的结论 (Cone & Foster, 1993)。需要仔细审视作者们的发现, 自己是否同意作者的结论, 以及作者们是不是没有对其中的一些结果进行很好的讨论, 或者夸大了自己的结论及其理论和实践意义 (Cone & Foster, 1993)。下面是笔者曾经做过的一篇读书笔记的部分内容, 也就是对一篇文章的回顾 (对于文章的评述包括存在的问题和批评的内容需要结合其他文献进行, 因此在这里略去), 请读者作为参考。

读书笔记例:

引自: Dwyer F R, Oh S. 1987. Output sector munificence effects on the internal political economy of marketing channels. *Journal of Marketing Research*, 24 (4): 347-358.

① 本文主要研究的是渠道的外部环境对于渠道成员之间关系的影响。所谓的外部环境指的是渠道成员所需要资源的稀缺程度, 具体体现在市场上这类资源的稀少性或丰富性。渠道成员之间的关系主要考虑的是供应商对于零售商或者经销商的控制。

② 从本文综述的文献看来, Etgar (1977) 较早地将渠道的外部环境与渠道内部成员关系相联系, 发现市场需求的稳定和成长状况、渠道间的竞争 (interchannel competition) 以及自我服务技术 (self-service technologies) 会影响在供应商控制下的渠道中供应商的领导地位, 具体来说即 Etgar 认为在面临严峻外部环境下的渠道中, 会催生渠道领导者。

③ 从 Etgar 的研究开始, 政治经济的研究框架被运用到营销渠道的研究中, 揭示了政治和经济这两种力量的交互作用。这里, 内在经济 (internal economy) 指的是渠道的垂直经济架构 (vertical economic arrangements of a channel system) 以及决定交易条件的机制。内在政治 (internal polity) 指的是渠道内的权力分配和渠道成员间合作或者冲突的程度; 外部经济 (external economy) 指的是市场结构、竞争力量、结构的可变性、集中度以及供应的充足程度和需求状况。外部政治包括外界的机构和伙伴, 这些机构和伙伴可能会寻求改变渠道的目标和社会合理/合法性 (social legitimacy)。

④ 外部和内部的关联性: 外部的条件对于渠道内部的政治经济来说意味着限制或者机会 (Dwyer & Welsh, 1985, 引自本文)。外部环境使得渠道内部管理人员面对不确定性 (Brown, Lusch & Koenig, 1984, 引自本文) 和依赖 (dependence) (Aldrich & Mindlin, 1978, 引自本文)。

⑤ 本文认为,从以往的研究结果可以看出:外部环境的可变性会产生依赖的后果,这种依赖的后果会促使供应商采用简单一些(如整合)的渠道体系,并巩固其对于下游渠道成员的影响。多变的环境代表着更大的不确定性,因而需求分散(decentralized)和非常规(informal)的决策结构。

⑥ 资源的富足度(munificence)即关键资源的可获得性和充足程度,可以被用来作为衡量外部环境的一个重要指标,Pfeffer 和 Salancik (1978)是较早提出这个概念的学者,他们认为资源的富足度将会影响一个社会系统(social system)内部的冲突,而组织会受到控制资源的成员的影响。此外,本文给出了一些文献来论述上述变量对于渠道成员间关系的影响。如 Hermann (1963)提出组织出现危机以及资源的短缺会使组织内的权力出现集中趋势(centralization of authority)。资源的缺乏同样被认为会影响渠道中成员单位间的冲突,并刺激产生联合决策的需求(Pondy, 1970)。

⑦ 对于营销渠道来说,重要的是有效地维护成员间的关系(Achrol, Reve & Stern, 1983)。因此应用在渠道上,在环境对于组织内部的影响方面,所关注的点就应该是渠道成员关系的质量。本文用三个变量来反映这种质量:满意(satisfaction)、弱化的机会主义(minimal opportunism)以及信任(trust)。

⑧ 对于营销渠道来说,上述内容可以总结为三个因素和两个路径:外部环境→渠道成员间依赖关系(states of interdependence)→渠道成员间关系的质量。外部环境用富足度衡量;成员间依赖关系用“组织架构”(bureaucratization)来度量;而关系质量也即本文最终关心的因素,可以用上述三个变量来测量。

⑨ 就上述第一个关系来说,本文认为资源的富足度对组织架构(bureaucratization 或者 channel governance)的影响是基于两个机制:一是服务一个所谓富足或者称为宽松的市场(rich market)以及一个贫瘠的市场(lean market),不同的市场对于营销技术和销售过程的要求是不一样的,因此会进一步影响渠道被“官僚地控制”(bureaucratically controlled)的程度(Ruekert, Walker & Roering, 1985)。同样的,Etgar (1977)指出在产品生命周期的早期阶段,渠道不适于集中控制。相反,创造力和成员个体的发挥很重要;而在一个衰退的市场下,渠道成员之间的竞争往往白热化,物流功能和渠道维护的功能其重要性凸现,在这种情况下,标准化和集中化就变得重要,目的是为了使渠道运作更加有效以及更加有利于渠道成员的生存。二是基于权力理论(power theory)之上,所谓的权力理论其核心是资源依赖。在一个市场状况较好情况下,渠道有较好的盈利空间,供应商(厂商)的品牌力量 and 市场份额起到较为重要的作用,在这种条件下,下游的零售或者经销商对于上游的作用增强,因此获得一定的权力。这样一来,对上游成员的约束增加,同时也给下游成员比较宽松的渠道地位。

⑩ 通过对文献的回顾,本文发现相关的实证研究主要立足于两个方面来探讨

渠道的管理架构 (governance structure)。一是组织的复杂程度 (organizational complexity), 也即渠道的垂直整合程度 (vertical integration) (Dwyer & Welsh, 1985) 和成员间组织结构 (bureaucratic structuring) (John, 1984)。对于本文所关心的后者 (注: 本文并没有涉及渠道的垂直整合), 本文在综合以往研究的基础上提出三个纬度 (dimensions) 来进行描述和衡量: 正规化 (formalization), 即基于明确的规则和程序进行决策的程度; 参与度, 即渠道成员参与决策的状况; 集中, 即决策权是否集中于某个成员一方。因此, 第一个要研究的变量间的相互影响路线是: 环境的富足度到这三个变量, 本文并据此提出假设。

⑪ 第二个关系是从变量组织架构到关系质量 (relationship quality)。如前所述, 本文用三个变量, 即满意、机会主义和信任来衡量关系质量。因此第二个要研究的变量间的相互影响路线是: 组织架构到关系质量。本文据此提出相关假设。

⑫ 最终的实证研究结果表明, 上述的第一层关系是成立的, 第二层关系应该不是我们所关注的要点, 故在此处省略。

前面谈到, 一个完整的文献综述建立在对文献中每一篇文章的充分理解基础之上, 但关键的问题是如何将对这些文献的理解和评论做一个有机的结合, 组成一个整体。只有这个整体才使得研究者能完整地理解相关的主题、文献中各个研究的优缺点和相互之间的关联。在这个过程中, “既要看到森林, 也要见树木” (Cone & Foster, 1993)。文献综述不仅仅是将文献中的研究结果和观点进行一个简单的罗列和集合, 作者还必须清晰地阐述这些研究结果和观点之间的联系, 以及它们与自己正在进行研究之间的联系。例如, 哪些研究在相关问题上有相似的观点, 不同的观点之间存在什么具体的差异、原因是什么, 以及这些差异和自己的研究有什么联系等 (Kumar, 2005)。通过文献回顾, 作者可以对文献中不一致甚至是矛盾的结果和观点有个清晰的了解, 或者找出文献的空白, 这将给自己为什么要进行相关的研究找出理由、提供一个佐证。例如通过文献综述, 作者可以明确自己的研究会到文献中的不一致和矛盾的地方进行澄清, 也可以填补文献中的空白 (Welman & Kruger, 1999)。

在这个过程中, 比较困难的是不同的研究在该问题上的观点和结论来自不同的角度, 不同学者表述的方式也不尽相同, 那么我们如何按照一个合理的线索将这些研究有机地整合起来, 而这个线索必须和自己的研究密切相关, 并且能够为自己的研究服务 (Welman & Kruger, 1999)。要实现这个目标, 需要文献综述者多次的实践, 在实际写作中具体体会, 通过分析案例进行学习也是一个较好的方法。

最后, 文献综述是学术论文的一部分, 既然是学术性的论文, 就应该用最简单的语言将主题思想表述出来, 而避免使用带有感情色彩的语言, 正如在学术界的一个通常的说法: “好的论文就是用最简单的语言把问题说清楚。”一篇好的学

术论文，其核心是逻辑和思维，而不是语言的华美。因此作者需要注意语言的简洁、平实和准确。

五、对文献的引用

在文献综述的过程中，作者应该注意使用自己的语言，在充分理解原文的基础上用自己的话将原文的思想表述出来。而在教学实践中，笔者发现一些作者往往将原文中的内容直接进行引用和粘贴，对于外文文章的引用可以明显地看到直接翻译的痕迹。当然，文献综述中并不是完全不可以直接引用（quotation）。一般来说，如果作者认为原文的表述非常精确和到位，用自己的语言进行转述会失去很多有价值的信息、不能体现出原文的含义，在这种情况下，可以进行直接的引用，但是必须注明引用的文献和页码（Creswell, 2002; Welman & Kruger, 1999）。

对于原文的直接引用有两种形式：一是引用原句，那么要使用引号，并且给出引用文献和具体的页码；二是对一段文字的直接引用，除给出引用文献外，还应该使用单独的段落，并在后给出所引用文献的页码。当然，大多数期刊的格式要求在引用整段文字时，单独的段落还要左端缩进。具体的方法请读者参考本书提供的具体案例。

在本节的上述内容中，结合一些关于研究方法方面的书籍，对文献综述的目的、方法和大概的程序以及注意的几个问题进行了论述。但是从目前有关如何写文献综述的文献来看，基本上大同小异：虽然给出了文献综述的思路和方法，但是并没有就文献综述中容易出现的种种问题进行阐述。从笔者的教学实践来看，这些文献无法给初学者一个清晰的思路和具体的示范，也没有办法从根本上解决他们在写文献综述过程中遇到的各种问题。正如一位学生在笔者的“文献综述和研究方法”课程中所谈到的：“看了如何组织文献综述的文章和书籍，好像都懂了。但是一拿起笔开始综述文献的时候，感觉还是无从下手，也不知道具体应该如何组织文献综述的线索、如何将个别的文献有机地整合，也不清楚什么才算是‘建设性的评述文献’等。”

成熟的文献综述需要综述者在写作的过程中持续地练习，这其中是没有捷径的。作为教师和研究人員，自己也需要在这个过程中不断地体会，努力使自己对于文献的综述更加准确、清晰，并服务于自己的研究。除了练习之外，笔者发现使用案例教学可以明显提高学生们对于如何综述文献的直观感受和认识。因此，后面的章节将一些学生的论文作为案例，通过对这些案例的讨论和评述，使得读者对文献综述中出现的具体问题有个直观的了解。

在文献综述中容易出现的问题是包罗万象的，有些常见问题在将给出的案例中会多次出现，在每一篇案例中对这些问题进行评述难免会有重复。但是，在对

任何一篇案例文章进行评述时, 必须保持文章的完整性, 否则读者无法了解整个文献综述案例文章的整体和逻辑。因此笔者没有将这些案例文章进行分解、按照案例中出现的某类问题分节进行讨论并随后进行总结, 而是将每一篇案例及其评述作为一节, 对每一个案例都进行了比较完整的评述, 这样在几个小节中就难免会出现对某一类问题的反复讨论。

参 考 文 献

- 陈向明. 1996. 社会科学中的定性研究方法. 中国社会科学, 6: 93-102.
- Burns R B. 2000. Introduction to Research Methods. 2nd ed. Thousand Oaks, London: Sage.
- Cone J D, Foster S L. 1993. Dissertation and Theses from Start to Finish: Psychology and Related Fields. Washington D C: American Psychological Association.
- Cooper H. 1984. The Integrative Research Review: A Systematic Approach. Newbury Park, CA: Sage.
- Creswell J W. 2002. Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kumar R. 2005. Research Methodology: A Step-by-step Guide for Beginners. 2nd ed. Thousand Oaks, London: Sage.
- Lincoln Y S, Guba E G. 1985. Naturalistic Inquiry. Beverly Hills, CA: Sage.
- Lincoln Y S, Guba E G. 2000. Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences//Denzin N K, Lincoln Y S. Handbook of Qualitative Research. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage: 163-188.
- Marshall C, Rossman G B. 1999. Designing Qualitative Research. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Maxwell J A. 1997. Designing A Qualitative Study//Bickman L, Rog D J. Handbook of Applied Social Research Methods. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Taylor S J, Bogdan R. 1984. Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings. New York: John Wiley & Sons.
- Welman J C, Kruger S J. 1999. Research Methodology for the Business and Administration Sciences. Cape Town, South Africa: Oxford University Press.

第二章 文献综述案例评述：纯文献综述类型的文章

总体上来看，我们一般在两类文章中会涉及文献综述。一是纯文献综述类文章，这类文章和一些理论和实证研究不同，不是讨论和研究某个具体的理论或者是对相关理论进行实证性的检验，而是对某一方面研究的文献进行比较详尽的回顾，并在这个基础上对文献中存在的不足、矛盾，以及未来研究的方向进行总结和探讨。一般来说，这类纯文献综述类文章所回顾的文献数量大，基本囊括了相关文献中的研究，同时有作者自己对文献的总结和评述。在这类文献综述中，作者容易出现的问题是多方面的，如对相关文献只是简单的罗列而缺乏归纳、总结和评论；在对文献的回顾中以作者为线索，没有结合所探讨的问题进行文献的安排；没有对文献做出自己的评论等等。

二是在理论和实证性的文章中进行的文献综述，例如在实证性的文章中作者研究的主题是对相关的理论、研究框架等进行实证性的检验。这类文章在管理学文献中常见。例如在定量的实证研究中首先要对相关的文献进行回顾，在此基础上提出自己的研究问题。在定性的研究中对于文献的回顾和定量研究是有些区别的，例如是在提出研究问题前还是之后进行综述等等，对于定性研究中如何进行文献综述的问题，读者可以参考相关的定性研究方法书籍。本书主要结合定量研究来讨论如何在实证研究中进行文献综述。

在纯文献综述类文章中，作者容易出现的问题中有些问题在实证性文章的文献综述中也同样存在，而有些问题是在这类文章中比较突出的。在这一节中，给出几篇硕士和博士研究生的习作，并结合这些案例进行评述，相信可以帮助读者发现其中存在的主要问题。当然在每一篇案例文章中，对于一些细节性的问题也给予了评述，这些细节性的问题有时是比较难以总结和归纳的。虽然在每一篇案例中对所有问题进行评述会显得重复，但是为了对读者有些帮助，并保持对每篇文章评述的完整性，笔者还是在每个案例的评述中指出了这些细节性的问题。

第一节 案例一：中国旅游节庆活动研究综述

本文主要通过中国全文期刊数据库，以“旅游节”、“文化节”、“节庆”、“节庆活动”、“节庆旅游”、“旅游节庆”、“节庆经济”、“旅游节事”为关键字，将发表时间在1997年至2003年期间的文章进行了搜索，共查询到49篇节庆研

究论文和 30 篇有关节庆举办情况的报道。这些数据主要集中在科技期刊、经济研究及普通学报等上。其中科技期刊类具体包括《社会科学》、《社会科学家》、《科技进步与对策》、《山东体育科技》、《山东统计》、《安徽建筑》、《新闻爱好者》、《旅游科学》、《体育科学》、《海岸工程》、《旅游学刊》、《桂海论丛》和《乡村月谈》等；经济研究类具体包括《浦东开发》、《江苏商论》、《上海综合经济》、《上海经济》、《今日上海》、《旅游经济》、《资源论坛》、《技术经济》和《商业经济与管理》等；普通学报类具体包括《桂林旅游高等专科学校学报》、《宁波大学学报》、《河北大学学报》、《大连教育学院学报》、《兰州大学学报》、《温州大学学报》、《广西民族学院学报》和《新闻大学》等。

从论文发表的时间上来看, 2000 年以后(含 2000 年)发表的文章数量为 40 篇, 占总数的 82%, 由此可以看出近几年学者们对旅游节庆的研究呈明显的上升趋势。总结其研究侧重点, 可以发现包括以下几个方面:

① 节庆活动与城市的关系(20 篇)。主要研究节庆活动对城市旅游产业的重大作用、存在的问题并在此基础上提出发展节庆活动的建议, 其中有 8 篇是对上海旅游节的专题研究。

② 民族传统节庆的开发研究(10 篇), 诸如对具体民族传统节日的调查、节庆旅游资源的开发现状、可行性分析、开发构想及传统节日的社会学研究等。

③ 市场运作、筹资办法的专题研究(5 篇)。

④ 从经济学角度的分析(6 篇), 包括节庆活动的经济学内涵及效益机理等。

⑤ 新闻界对节庆活动报道的总结性研究(2 篇)。

⑥ 其他(6 篇)。

评述:

① 其实这两个自然段应该是一个引言, 但是在这个部分作者没有使其成为一个整体, 也就是说缺少了一些内容。例如作者可以对为什么要进行这个课题研究进行说明, 指出在实践中或者理论上的重要性等。此外, 作者如果在本部分的内容之后介绍一下本文内容的安排等, 也会起到一个很好的过渡作用。请参考下面的两个引言部分的例子, 当然没有必要一定按照这个格式来组织自己的引言部分。

例文 1:

过去几年中, 渠道在我国营销理论界和业界是一个重要话题。相关探讨主要集中在两个方面: 一是企业如何构建合适的营销渠道; 二是渠道的管理, 这个方面的核心问题之一是如何管理渠道成员、改善渠道成员之间的关系。

要建立和维系一个高效的营销渠道, 渠道成员间的良好合作必不可少(Anderson & Weitz, 1992; Kumar, Scheer & Steenkamp, 1995; Mohr, Fisher & Nevin, 1996)。就如何构建良好的合作关系, Morgan 和 Hunt (1994) 提出了承

诺-信任理论 (commitment-trust theory)。这个理论的核心是对于合作的承诺以及对合作方的信任，认为承诺和信任是影响渠道成员间长期合作关系的关键因素。

但过去的文献大都从权力 (power) 的角度来研究合作关系问题，所谓的权力就是建立在一个渠道成员所拥有的重要资源的基础上对合作对方所产生的影响和控制力 (张黎 & Dickson, 2004)。然而承诺-信任理论而不是权力理论 (power theory) 可以使我们可以更好地研究合作关系，原因是权力强调控制和对抗，然而在控制基础上的合作是被动和消极的，不能保证从根本上建立长期合作关系 (Morgan & Hunt, 1994)。相反，承诺和信任这两个因素是长期合作关系得以建立和维系的基础，他们可以使企业和合作伙伴良好相处，不以短期的利益为导向 (Andaleeb, 1996; Dwyer, Schurr & Oh, 1987; Gundlach, Achrol & Mentzer, 1995; Scheer & Stern, 1992)。下面我们将首先回顾文献中对于承诺以及影响承诺的因素的讨论。

引自：张黎. 2007. 经销商对合作关系的承诺及其影响因素. 营销科学学报, 3 (3): 13-30.

例文 2:

由湖南卫视打造的超级女声活动在全国范围内受到了极大的关注，产生了较大的影响，这与蒙牛集团在背后的运作有着密切的关系。蒙牛以旗下的一个产品品牌酸酸乳通过赞助的形式向超级女声注入了赞助资金和提供宣传辅助。而另一方面，蒙牛酸酸乳也通过赞助超级女声获得了产品销量的增加和品牌知名度的提高。从营销传播角度来看，蒙牛通过这个赞助活动迅速而且大幅度地提升一个产品的知名度对于谋求建立产品品牌的国内企业是一个有益的启示。

尽管赞助在达到提升企业和品牌知名度、提高产品销量等营销目标方面的重要性已被广泛认同，但在如何科学地评估赞助活动的效果方面还没有达成一致 (Cornwell and Maignan, 1998)。较早期的研究大多数以赞助品牌的知晓度作为赞助的主要目标来测量，另外还有部分研究关注的是赞助前后消费者品牌购买意愿的变化。由于后续的研究逐步意识到品牌形象的重要性，一部分学者开始将研究重点转移到赞助对消费者如何感知品牌形象的影响上来，品牌形象作为赞助的结果变量越来越受到学术界的重视 (Walliser, 2003)。

在我国，虽然越来越多的企业通过参与赞助活动进行营销传播，开始意识到赞助对于产品营销的帮助，但是在实际操作上并没有真正把握赞助对品牌创建、维护和提升的作用。没有将关注点放到赞助活动对赞助品牌形象的影响上，学术界对赞助效果的研究还停留在泛泛的意义和作用的介绍 (黄升民, 2004; 卢长宝, 2005)。因此，本研究将以蒙牛酸酸乳对超级女声活动的赞助作为研究对象，从品牌形象转移的角度来研究赞助活动的效果，分析影响品牌转移效果的因素。下面我们首先对相关理论和实证研究进行一个回顾，并在此基础上提出相关假设。

引自：张黎，林松，范亭亭. 2007. 影响被赞助活动和赞助品牌间形象转移的因素——基于蒙牛酸酸乳赞助超级女声的实证研究. 管理世界, 166: 84-93.

② 作者在第一个自然段——列举了文献出自的期刊，一般这样的做法是不必要的。因为这样列举具体的期刊并不能给我们带来什么额外的重要信息，更何况读者在最后的“参考文献部分”可以得到这些具体的期刊信息。因此，相比第一段，第二段的总结就显得有价值一些，至少我们能够从这些文字中了解到从数量上来说，文献在这些年的发展。此外，对文献从哪几个方面研究了旅游节庆活动的总结也有助于我们对相关文献的了解。

(续原文)

一、概念、特征及分类

文献综述发现，学者们在研究旅游节庆及相关问题时，经常使用如上述搜索关键字中使用的词语（“旅游节”、“文化节”、“节庆”、“节庆活动”、“节庆旅游”、“旅游节庆”、“节庆经济”、“旅游节事”、“节庆文化”、“特色节庆”等）。国外理论界称其为 Hallmark Tourist Events，直译为“旅游节事活动”。这些概念互有重复，但在含义上只是略微有区别。

赵睿（2001）认为节庆旅游是指一定区域范围内能对旅游者产生吸引和向往、有可能被规划开发成旅游消费对象的各种节庆庆典活动的总和。陈文君（2002）认为旅游节庆是以各种节庆活动为依托，经过一定的旅游开发形成的一种特殊的现代旅游产品。而章平（2000）的节庆旅游概念主要指的是“经济文化节”，即以经济文化为主题的大型专项旅游活动。李力和崔卫华（1999）认为，旅游节庆是一些内涵丰富多彩的旅游项目或一次性结束的特殊事件。李玉新（2003）则明确提出由节庆引起的旅游为节庆旅游（节庆和节庆旅游二者不应混为一谈）。此外，兰铁民、何放对特色节庆，李布和文晴对节庆文化，张伦书对节庆，史铁华、何玲、王子新和樊中红（2003）对旅游节庆都作了定义。从以上定义可总结出，旅游节庆（以下采用该名称）的概念有一共同的核心，即强调以旅游资源为依托的旅游活动或事件。

在旅游节庆的特征研究方面，和立新和庞风东（1998）、郭伟（2001）、朱佩军（1998）、赵睿（2001）等认为旅游节庆具有动态参与性和社会性；章平（2000）在将旅游节庆与一般节庆活动对比后得出旅游节庆具有季节性、联动性和综合性等特征；李力和崔卫华（1999）将旅游节庆的构成概括为兴奋、娱乐和炫耀三个要素，并将每个要素分解为若干特征；周玲强和冯晓虹认为旅游节事活动的文化性和地方性表现得特别突出。吉文桥（2003）将旅游节庆的特征总结为经济性、群众性、创新性、地方性、休闲性和可持续性。

评述：

① 上述以作者为线索进行的概念综述并不是最好的办法，其实读者需要了解的是这些定义在本质上存在什么区别、分别从什么角度进行的定义、被广泛接受的定义是什么，以及旅游节庆这个概念在这些年来有什么发展、变化等问题。作者应该从这些方面进行相关文献的综述。

② 既然讨论到了概念，那么不仅仅需要对现存概念的不同表述方式进行介绍，更重要的是对这些概念的核心思想和共同点进行总结和归纳，还可以分析为什么会存在不同的表述等。当然最好可以提出自己的概念。

③ 在相关研究中，学者们到底发现了旅游节庆的哪些特征、其中比较关键的特征是什么、应该从哪几个主要的方面去总结旅游节庆的特征等是这部分文献回顾所应该回答的问题。而以学者作为文献回顾的线索显得比较松散，在很大程度上失去了文献综述的意义。

④ 在一篇学术文章中，对于一些概念需要在全文中进行统一，即不能变换概念的名称。这里作者指出了对于旅游节庆这个概念有不同的表述，并进行了讨论。那么之后，就应该交代一下本文如何称呼这个概念，并在文章余下的内容中要做到统一。然而，在前面的内容中，虽然作者对这个概念进行了统一（例如作者写道：“以下采用该名称”），作者在文章后面内容中表述这个概念时用到了“旅游节庆”、“节庆旅游”和“旅游节事”，这样是不规范的。

（续原文）

就旅游节庆的分类来说，各学者采用的分类方法不同，内容也不同。赵睿（2001）在分析上海旅游节时依据主题性质将其分为商业类、文化类、体育类、政治类和科教类等；范春（2001）将商业节庆分为“以旅游促旅游的节”和“旅游为媒、文化搭台、经贸唱戏的节”；石玉凤和单博诚按照文化特征将节庆活动分为政治类活动、传统民俗节庆活动、传统的地方民族节庆文化活动、地方特色节庆文化活动以及专业性较强而民众参与性较差的节庆活动，并指出第一类和第二类经济功能不足而第三类和第四类是以经济利益为目的的；蔡晓梅（2003）将城市的节事活动分为传统节庆型、商务型、博览型和体育型；吉文桥（2003）以“命名物”这一形象载体将节庆分为工业性产品节、物产节、自然景观节、人文景观节、历史文化节、生产经营活动节和休闲娱乐活动节等七类。此外，从主办者身份来看可以分为官办、民办以及官民联办的节庆；从组织形式来看又分为独办与联办的节庆；从举办地点来看还分为本地节与异地节。

评述：

① 同上，这部分的文献综述存在相似的问题，即没有抽象出划分旅游节庆的实质性标准。相反，作者按照学者的线索对相关文献进行回顾，显然这样的线索

是存在缺陷的,使得文献综述带有明显的文献罗列、堆砌的痕迹。

② 进一步说,作者没有将一些分类方法在本质上阐述清楚。例如作者提及“范春(2001)将商业节庆分为‘以旅游促旅游的节’和‘旅游为媒、文化搭台、经贸唱戏’的节。”从这个对相关文献的回顾可以看出,作者并没有对文献进行一定的加工和总结。其实从这句话中可以看出,范春(2001)对商业节庆的划分是按照以旅游本身为导向或者以旅游、文化和经济贸易活动这个整体为导向来进行划分的。从这个案例可以看出,在进行文献综述时,作者应该在一定程度上对相关的文献进行总结和加工,提炼后以服务于自己的研究目的。

③ 最后,作者提及对旅游节庆的划分还可以从主办者身份和组织形式来进行,但是这里没有明确给出所引用的文献及出处,这是不严格的。

(续原文)

二、城市旅游节庆研究

在收集到的20篇关于旅游节庆与城市研究的论文中,有18篇都是对具体城市某一具体旅游节庆活动的专题性研究。关于上海旅游节,学者们对其特点、内容、面临的问题、发展历程、成功经验及发展对策都有较为详细的论述,如赵睿(2001)、郭伟(2001)、冯学钢、王慧敏(2002)和吴国清(2002)。对于青岛啤酒节、宁波的大型旅游节庆活动、大连服装节、泰山国际登山节、南宁国际民歌节、哈尔滨冰雪节、黄山国际旅游节、云南陆良国际彩色沙雕节、闽澳津妈祖文化旅游节、广州的旅游节、河北的旅游节、温州旅游节和盱眙中国龙虾节等,学者们也都有详细的研究,如张文清、贺小岚和章平(2000)、李力和崔卫华(1999)、和立新(2000)、兰铁民、何放、李布、文晴、王景富和王立军(1999)、赵鸿翔(2002)、苏永清(2000)、蔡晓梅(2003)、王子新和樊中红(2003)、夏太生(2003)以及吉文桥(2003)等。

以上列举的这些旅游节在我国都是知名且举办得比较成功的一些节庆活动。它们虽是各地的具体案例,但在节庆所起的作用、存在的问题以及发展经验方面都有诸多共通之处,因此对其加以总结分析,一方面有利于节庆自身的完善与发展,另一方面给正在起步的我国旅游节事活动以指导或借鉴。

评述:

① 请注意作者对于相关文献的这么一个回顾:“关于上海旅游节,学者们对其特点、内容、面临的问题、发展历程、成功经验及发展对策都有较为详细地论述,如赵睿(2001)、郭伟(2001)、冯学钢、王慧敏(2002)和吴国清(2002)。”那么相信读者从这句话中基本上得不到任何有价值的信息,如上海旅游节的特点、内容、面临的问题以及成功的经验等到底是什么,这个对于上海城市旅游节的研究

为相关文献提供了什么有价值的贡献等。其后，作者提及了对其他一些城市的节庆活动进行的研究以及相关的学者，如青岛啤酒节、宁波的大型旅游节庆活动和大连服装节等，并在其后给出了一连串的引用文献。然而从这些信息中，读者没有办法辨认到底是那个学者进行的是具体什么城市的研究，更无法得知相关研究得出了什么有益的结论，以及从这些研究中可以归纳出什么信息。因此这样的形式不是文献综述，而是研究的罗列。

② 这里作者犯了“蜻蜓点水”的毛病，即没有涉及问题的关键，仿佛只是摆出了一个文献回顾的“姿态”，没有具体的内容，读者也得不到所需要的信息。毫无疑问，读者在阅读这篇文章时，想要了解的是相关作者在研究具体城市承办的某个旅游节时，是从什么具体的角度进行研究的、得出的主要结论是什么、对于学术界和业界的启示是什么、通过对这些城市节庆的研究可以总结出什么规律性的东西等，而不是简单地知道是谁研究了什么城市的节庆活动。

③ 最后作者论述到：“…… 虽是各地的具体案例，但在节庆所起的作用、存在的问题以及发展经验方面都有诸多共通之处，因此对其加以总结分析，一方面有利于节庆自身的完善与发展，另一方面给正在起步的我国旅游节事活动以指导或借鉴。”在这里及后面的内容中作者并没有给出文献中对这些具体案例的总结和分析，作者自己也没有在文献回顾的基础上对这些案例进行总结和分析，那么在这里提出对案例进行总结和分析其目的到底是什么？读者可以从这样的论述中得到什么有价值的信息？这样的文献综述也失去了价值，因为没有对这些问题的回答。

(续原文)

1. 旅游节庆的作用

文献认为，成功的节庆活动一方面可以推动城市经济的发展，带来物质文明方面的经济效益，另一方面为城市文化的定位奠定了基础，带来了精神文明方面的社会效益。具体来说，在经济功能方面，旅游节庆不仅吸引了当地居民的参与，还吸引了国内外游客，增加了客源，成为旅游发展的推动力和先导。同时，旅游节庆可以体现出城市的综合管理水平，向游客传递出丰富的都市旅游形象，有助于打造城市的品牌。当然，旅游节庆也直接繁荣了当地经济，短期内调整地方旅游资源结构，促进了城市相关产业的发展。在文化功能方面，旅游节庆有利于弘扬民族传统文化和融合国内外优秀文化，增加该城市乃至国家的旅游吸引力和凝聚力。

评述：

① 旅游节庆的作用应该是本文所要讨论的重要问题之一，而作者用于论述作