

印刷传播 知识管理

Knowledge Management
on Graphic
Communication

张志林 ● 著

中国书籍出版社

C H I N A B O O K P R E S S

本书受北京市教委传播学重点建设学科经费资助出版

印刷传播 知识管理

Knowledge Management on
Graphic
Communication

张志林 ● 著

中国书籍出版社

C H I N A B O O K P R E S S

图书在版编目 (CIP) 数据

印刷传播知识管理/张志林著. —北京: 中国书籍出版社, 2004.9

ISBN 7-5068-1250-9

I. 印... II. 张... III. 印刷业: 出版物-传播学
IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 085528 号

责任编辑 / 周芷旭

责任印制 / 刘颖丽 武雅彬

封面设计 / 悬垦工作室

出版发行 / 中国书籍出版社

地 址 / 北京市丰台区太平桥西里 38 号 (邮编: 100073)

电 话 / (010) 63455164 (总编室) (010) 63454858 (发行部)

经 销 / 全国新华书店

印 刷 / 北京京海印刷厂

开 本 / 850 毫米 × 1168 毫米 1/32 9 印张 226 千字

版 次 / 2004 年 9 月第 1 版 2004 年 9 月第 1 次印刷

印 数 / 0001-1000 册

定 价 / 18.00 元 (册)

版权所有 翻印必究

序

印刷传播知识管理——一个很有创意的命题。

作为新闻出版领域加工复制知识和信息的印刷环节，历来是知识传播扩散的重要实现手段、工具与途径。我记得，志林的博士论文研究的正是这一领域的问题。当时，作为她的同事，我们感受到了她的那种精神，那种“吾将上下而求索”的意志力，那份勤劳，她赢得了我的敬重。

知识管理是在知识经济条件下提出的新的管理模式，它是与工业文明密切相关的近代管理思想的发展和升华。以知识传播为特点的印刷传播业，从手工经验知识、工匠技艺知识发展到工业经济时代庞大的工业化生产知识体系，特别是在 20 世纪 90 年代以来，随着经济全球化、高技术化和网络化的发展，日益成为崭新的知识传播、多媒体信息再现的知识产业。在现代信息技术推动下，企业的生存发展环境处在迅速变化之中，市场竞争日趋复杂，管理也从比较直接的操作任务型朝着日益复杂的对信息操作控制的管理模式发展。产业的知识体系革命性进步，不仅带来经营管理的重大变化，而且提出了对主要生产性资源——知识的管理要求。

研究这一命题，不仅要学习“知识管理”，要探索“传播知识管理”，更要挖掘“印刷企业知识管理”的精髓，这至少要跨越信息技术、印刷技术、传播学、企业管理等若干学科的知识平台，如果没有勤奋，没有意志力，是不可能完成这样一个多学科相互交叉型研究课题的。

1999年夏季，志林担任北京印刷学院管理系主任，注重将信息管理与本校的专业特色——“印刷”有机结合在一起，致力于“信息管理与信息系统”这一本科专业的建设。她先后到北京、深圳、广东、河北、山东、湖北等地的许多印刷企业联系指导学生实习，并展开了对印刷企业管理的调研。随后，在中华商务联合印刷（香港）有限公司的支持下，她参加了学院组织人力创办的“毕昇网站”（后更名为“必胜网”）。这一时期的工作积累，以及她在华中科技大学博士生导师邹珊刚、戚昌文教授的悉心指导下获得的相关思想、知识和信息，为开展印刷传播知识管理的研究工作和推进学科建设奠定了良好的基础。

之后，志林担任北京印刷学院出版传播重点实验室主任，在出版传播的学科研究框架下，扩大视野进行知识管理的研究，先后主持并已完成北京市哲学社会科学规划办公室重点课题《北京版权贸易现状与发展对策》等多项出版传播与管理方面的课题，这些课题的成果，更加丰富了她的“印刷传播知识管理”研究。

欣闻志林的研究成果，就要在北京市重点建设学科经费资助下出版了，我非常高兴，并为之祝贺。我相信，这本融合了张志林博士近年来的科研成就，并在她不断实践、不断总结、不断提炼、不断突破的进取中完成的著作，一定对从事印刷企业管理、知识传播与管理等方面学习和研究工作的专业人士有所帮助。

乔东亮

北京印刷学院副院长

兼出版传播与管理学院院长、教授

2004年8月13日

目 录

第一章 导论	1
第一节 研究知识管理的两重意义	1
一、管理的理论需要	1
二、产业的实践需要	7
第二节 产业基础技术变迁引发印刷传播管理变革	16
第三节 研究思路与研究框架	17
一、研究主题是产业知识管理	17
二、思路方法与研究框架	19
第二章 国内外研究评述	23
第一节 知识管理主要研究领域	23
一、知识管理的跨学科研究特点	23
二、知识管理的主要研究领域	24
第二节 企业层面研究现状评述	25
一、知识管理的概念理解	25
二、知识管理的内容对象研究	30
三、知识创造的作用机理研究	34
四、知识管理的手段策略研究	38
五、知识管理的组织形态研究	39
六、知识管理的企业战略研究	41
七、知识管理与国家创新系统关系研究	45

第三章 印刷传播业知识体系演进	53
第一节 对知识的认识	53
一、重新审视知识	53
二、知识的存在形式	57
三、知识特性的表征	60
第二节 印刷传播业的知识生产	63
一、印刷媒体的功能特征	63
二、印刷传播知识生产的实现基础	65
三、印刷传播知识体系的学科基础	67
第三节 印刷传播业知识体系的演进	72
一、印刷传播业内涵界定	72
二、印刷传播产业技术知识体系的演进	74
三、产业技术知识体系发展新特点	79
四、产业知识体系的创新发展	83
第四章 印刷传播业知识管理构架	88
第一节 印刷传播业知识管理内涵	88
一、知识体系演进是知识创新过程	88
二、创新组织需要加强知识管理	91
三、印刷传播业知识管理内涵分析	92
第二节 印刷传播业知识管理特征	94
一、产业在经济转型期的变化特点	94
二、印刷传播业知识管理特征	102
第三节 印刷传播业知识管理基本构架	104
一、对印刷传播业知识管理内涵的理解	104
二、印刷传播业知识管理基本构架	105
第四节 印刷传播业知识管理能力有效激活	110

一、印刷传播企业管理能力的评价指标·····	110
二、企业管理能力的有效激活·····	111
第五章 印刷传播业知识管理战略·····	118
第一节 企业知识管理战略与经营战略·····	118
一、企业知识管理战略的地位·····	118
二、印刷传播企业生产经营·····	120
三、印刷传播企业经营战略·····	128
第二节 印刷传播业知识管理战略模式·····	135
一、知识管理战略制定原则与功能·····	135
二、印刷传播知识管理战略模式·····	139
第六章 知识管理技术实现·····	146
第一节 知识管理信息网络构建的经济分析·····	146
一、信息技术对企业和市场的影响·····	146
二、信息技术推进知识联网·····	149
第二节 印刷传播业信息网络构建原则与应用·····	153
一、印刷传播业信息网络构建原则·····	153
二、印刷传播业信息网络应用分析·····	157
第三节 印刷传播业知识管理技术实现·····	161
一、知识管理技术·····	161
二、印刷传播业知识管理系统·····	170
第七章 知识共享组织设计·····	179
第一节 企业专有知识共享·····	179
一、企业是专有知识体·····	179
二、基于共享的企业专有知识特点·····	181
三、专有知识积累与共享·····	189

第二节 知识共享对组织设计的要求	192
一、信息技术改变企业组织结构	192
二、组织设计与信息流通	194
三、组织的信息流通量比较	199
四、网络组织结构与信息流量相适性	202
五、印刷传播业知识管理工作体系	203
第三节 基于知识共享的组织结构创新	205
一、基于知识共享的组织结构	205
二、印刷传播业组织结构创新	207
三、印刷传播业组织创新特点	215
第八章 创新激励制度安排	222
第一节 激励在知识创新中的作用	222
一、激励理论的简要探源	222
二、激励理论需要进一步发展	227
第二节 激励的制度安排	229
一、隐含知识传播的两难困境	229
二、知识共享的障碍分析	230
三、印刷传播业激励的制度设计	233
四、对知识共享的激励	235
五、知识导向型文化与激励	239
第三节 基于知识共享的团队激励机制运行模式	244
一、团队激励模型构建	244
二、基于知识共享的团队激励机制运行模式分析	245
第九章 印刷传播业知识管理支持环境	253
第一节 国家创新系统与知识管理	253
一、国家创新系统构成简析	253

二、国家创新系统促进知识流动·····	257
第二节 创新系统对产业知识管理着力点分析·····	260
一、促进政府职能转变与管理协调·····	260
二、促进网络建设创新·····	261
三、促进复合型人才大批培养·····	265
四、促进行业协会、专业媒体发挥更大作用·····	266
第三节 产权保护需求与建议·····	266
一、创新对知识产权保护的需求·····	266
二、印刷传播业知识产权保护与建议·····	268
后 记·····	275

第一章 导 论

第一节 研究知识管理的两重意义

一、管理的理论需要

1. 知识内涵变化需要新认识

20 世纪 90 年代以来,以信息技术为先导的高技术产业迅速发展和广泛渗透,极大的改变了世界各国的经济发展格局和竞争格局,以世界经济合作与发展(OECD)²为代表的工业发达国家,国内生产总值(GDP)的 50%以上都来自于知识密集型产业,率先进入以知识为基础的经济时代。在这种经济中,真正占主导地位的资源和生产要素已经从传统的劳动力资本和金融资本转向知识资本^①。知识正在成为生产力诸要素中最具活力、最重要的因素,成为联系组织带动更新其他生产要素的核心。

知识在经济中的作用日益增长,表现在最近 50 年人类社会知识内涵出现革命性变化。B·梅利菲尔德指出,自从最后一次冰川时代结束以来,人类创造出来的编码化信息有 90%产生在 20 世纪 70 年代以后,并且预测这些信息在未来 15 年内将再翻

^① OECD. 以知识为基础的经济. 杨宏进, 薛澜译. 北京: 机械工业出版社, 1997: 4-6

一番^①。人类在社会发展不同阶段，创造发展了不同内涵与形态的知识及知识体系。工业社会中，知识包括了百科知识以及各行各业的专业门类知识，知识的形态是语言文字、图形公式、数学符号；知识的载体主要是书籍、报刊、广告与研究报告。随着知识经济时代来临，人类社会知识内涵出现了革命性变化，包括了科学、技术、艺术、教育、传媒、咨询、管理等众多学科群；知识载体出现巨大飞跃，出现了光纤、卫星移动通信、激光照排、光盘存储、交互电视、电脑与互联网络等；知识形态逐渐由书籍、报刊为主转变为以符号体系与符号工具为主。因此，仅仅定位在经验与认识范畴的知识定义，已经和知识的实际应用大相径庭，已经不能全面概括知识现象的本质和作用。知识的内涵和外延在数字化、信息化、全球化的今天，已经全方位同化在人类生存、生活、实践和创造的每个方面。

知识生产成为生产力、竞争力和经济成就的关键因素，已成为重要的产业。这个产业向经济提供了生产需要的重要生产资源。李子卿（1999）指出，知识不仅仅是人类社会过去经验的总结，更是创造未来的设计与创意，并且还是渗透于社会各领域的信息和工具。当代知识现象已经深层次体现在人类社会认识、改造世界的成果中，形成无比庞大的知识系统。在信息技术最为发达的美国，一批思想家、管理学者关注知识的现实变化，认为知识已经由信息情报、人工智能、策划设计、创造工具、符号体系、文化教育和科学系统等组成新的知识形态，超越了抽象认识论而具有了具体的创造内涵。知识已经作为一个独立的要素融入到社会经济过程，甚至被应用于人类自身的认识和思维。因此，创造知识和应用知识的能力与效率，已经成为影响一个国家综合国力和国际竞争力的决定性因素。

^① 美国信息研究所编，王亦楠译：《知识经济：21 世纪的信息本质》，江西人民出版社，2000：21

2. 知识引起的管理变化需要新思考

随着知识经济时代的到来,知识内涵发生的变化,与之相适应的管理也发生根本性变化,企业的知识将成为与人力、资金、能源等并列的资源,在一些发展较快的企业,知识甚至成为第一生产要素。相应地,知识管理(Knowledge Management)在国内外受到关注,成为管理学中一个热门的前沿领域。

知识管理最早是美国麻省恩图维星(Entovation)国际咨询公司创始人戴布拉·艾米顿(Debra M. Amidon)提出的。1992年,汤姆·史蒂瓦特(Tom Stewart)在美国商业杂志《财富》上发表《脑力》(Brain Power)一文,知识管理的概念开始广为人知。著名管理战略家彼得·德鲁克(Peter Drucker, 1999)经过长期研究^①,认为社会可以分为3个阶段,每个阶段知识的意义都不相同。在工业革命之前,对知识的探索纯粹是为了知识启迪和智慧的阶段;第二阶段大约从1700年算起,随着技术的发展,知识开始指有组织、有目的、有体系的知识,知识被用于工具、工艺和产品。早先的技术学校和百科全书的编纂,把已经发展了上千年的具有神秘性的技艺经验变成知识,使学徒学艺变成课本传授,把秘密变成为方法,把干活变成为知识应用,“知识应用于劳动启发了生产力革命”;知识进展的第三阶段是知识应用于知识本身,强调管理智力是获取利用高价值信息的关键,被称为“管理革命”。他提出知识工人的概念,认为知识工人的生产能力是时代发展面临的最大挑战。知识财产已成为时代的主要通货,加强知识管理将是提升生产力的关键。

当前,国际上一些主要应用知识资本的公司已经进入发展知识管理系统和策略的阶段,学术界和企业界认为,知识作为经济

^① 参见 Peter F. Drucker. Knowledge - Worker Productivity: the Biggest Challenge. California Management Review, 1999, Vol. 41 (2), Peter Drucker. Post - Capitalist Society. New York: Harper Business, 1993

发展的首要因素迎来了知识经济时代,知识经济的发展催生出知识管理。知识管理是人类管理史上自 19 世纪末 20 世纪初泰勒制科学管理以来的一次最伟大而深刻的革命,是获取竞争优势的新来源。

3. 管理内涵沿革的简要回溯

对知识进行管理,首先要理解什么是管理。“管理”一词来源于希腊语中的 Kubeman,意思是“为船掌舵”,与现代“控制论”(Cybematics)来源于同一词根,是指持续地引导和调整船的航行方向,以到达预期目的地的过程。在拉丁语系中,这个词演变为 Cubermare(统治),意思是“指导或控制”其他人的权力安排。到工业革命时代,管理的内涵包括了规章制度、决策权、权力系统和报酬等,如今管理职能主要为计划、组织、领导、控制,以达到可以识别的目标和组织发展方向。

现代管理学认为,管理是人类社会的普遍活动,管理的任务是获取、开发和利用各种有形与无形资源,确保实现组织效率和达到效果的双重目标,这意味着提高效率使资源成本最小化和使活动达到预期目标的效果是管理的双重使命^①。从 1945 到 1990 年,管理革命已经成为世界范围内的统治力量。二次世界大战之后,经理被看做是对下属工作负责的人,管理代表着权利和地位。20 世纪 50 年代,经理的定义发生改变,它被认为是对人们业绩负有责任的人,而今这种看法又一次改变,人们认为“经理是对知识的应用和知识的绩效负有责任者”。这种变化意味着,知识成为关键资源。艾利在《知识的进化》一书中强调,管理者应该将思考深入到思考本身思维过程的程度。知识已被应用于我们自身的知识和思维,这一突破导致我们关于组织学习的许多工作,影响对知识创新的理解^②。以美国为例,1960 年制造业就业人口占就业人口总数的 31%,1995 年下降到了 15.8%;1996 年

① 吴照云等,《管理学》,经济管理出版社,2000:8-14

② Verna Allee,刘民慧等译,《知识的进化》,珠海出版社,1998

美国核心版权产业就业人数达到 350 万人,超过飞机、电子设备、家具、纸张和烟草行业就业人口的总数。1977~1996 年,美国核心版权产业增加值年均增长 4.6%,比整个国民经济增长速度快两倍^①。在知识经济中,当知识作为最重要的生产要素和企业的首要资源时,自然成为管理实践和管理学理论关注的重点。

4. 劳动变化导致管理的新变化

管理学是一门实证的学科,从社会最基础、最普遍的经济管理活动来看,它是针对劳动而出现和发展的。管理变化的基础是劳动本质的变化,它是指劳动者体力与智力比重在劳动过程中的变化。劳动的重大变化会导致管理的作用和本质发生根本性改变,过去只有少数人从事专门知识的创造和传播,少数机构从事知识创造活动。现在,在美国,有 80% 的劳动人口从事知识劳动,知识创造、传播和应用成为大规模的社会化产业,总的趋势是,体力劳动所占比重逐渐下降,而智力成分在劳动中所占比重持续上升。西方发达国家已表现出这种变化的显著特征,在发达国家,知识生产者队伍占劳动人口的比例已经超过 65%^②。美国未来学家奈斯比特将 1955 年美国白领工人和服务业人口首次超过蓝领工人作为美国社会向信息时代转变的标志。到 20 世纪 90 年代,原材料和劳动力在商业成本中的比例下降到 25% 以下,而以信息知识为基础的服务在成本中所占的比例急剧上升,美国一些制造业公司销售的商品中,知识和信息含量已占到商业成本的 50% 以上。美国商务部在 1998 年年度报告《浮现中的数字经济》中,将持续增长表现出来“两高一低”(高增长、高就业、

^① 参见张宁燕,高科技与美国“新经济”:冲突的见解,国外经济评论,1998 年(5-6):50; Maria Syrong, *The Growing Importance of Copyright Industries to the United States Economy*, 1998

^② 达尔·尼夫,导论——反思知识经济时代的经济学,载《知识对经济的影响力》,新华出版社,1999

低通胀)的经济形势,归功于信息技术的作用。

主要从信息资源获取价值,在人类劳动的历史上是一个最新发展,给传统管理带来巨大的挑战。IBM 高级商学院的斯蒂芬·赫克尔与哈佛商学院的理查德·诺兰(1993)指出,在以“制造和销售”为特征的工业经济时代,管理理论和实践强调的是有形资产增值的监督和分配问题;而在以“感知和响应”为特征的知识经济时代,人们必须学会管理信息、知识等智力财产^①。随着经济全球化的进一步发展,市场竞争日趋激烈,将会有更多的公司推行知识管理,以获取和保持竞争优势。

5. 管理从物本向人本的理论发展

知识经济使管理本身含有的知识劳动更加密集,实际上,知识管理诸多的组成因素,在国内外经济运行中早就出现和使用,但在信息骤增、竞争日益激烈的今天尤为重要。知识管理通过系统地利用信息和专门技术,最大限度地发挥人的积极性、创造性和协同性,掌握和应用知识,实现组织机构的创新能力、适应能力、生产效率和技能素质的改善和提高,从而增强企业竞争力。

企业的发展与社会经济形态紧密相连。近3个世纪的工业化进程中培养和发展了现代企业,形成了现代管理理论体系,为管理从经验到科学的发展奠定了基础。当今以信息技术为代表的高新技术的发展,使社会的复杂性日益增长,管理也从一项比较简单的实现双重使命的任务,正在变化成为不断演进的信息系统——人类正在开始通过管理知识和信息实现财富的增长。

人类生存发展环境中的复杂性、不确定性在不断增加,企业在日益复杂的环境中的生存能力、竞争能力往往取决于它准确和有效处理信息的能力,以及对外部做出及时反应的能力和创新能力。根据这一发展的根本态势,孕育着企业管理过程的学习与

^① 美国信息研究所,王亦南译,知识经济:21世纪的信息本质,江西教育出版社,1999:21

变革、适应与创新、融合与集成的观念与实践，最终关注创造和发展这些变化的人的管理，知识工人个体的重要性日渐突出。这一系列管理理念，引导着管理领域由物本主义的硬管理向人本主义的软管理的根本变革。

我倾向于从经济的角度理解知识管理。这是因为，生产力变革是社会变革的最根本、最直接的原因，科学技术是生产力系统中最重要因素，知识成为生产力要素中最主要的资源。当一个企业根据市场需要将企业内外的知识技能进行整合，形成自己独一无二的优势，并能使企业在市场竞争中获胜时，这种具有核心能力的企业实质上就是知识企业，它实施的管理就是知识管理，它注重将知识、技术本身，而不是物质产品作为资产进行管理。对知识本质属性的重新认识，以及对知识管理全新管理范式的认识，尤其是针对印刷传播业这一特定的知识产业发展的认识，将会提供一个新的研究视角。从这个意义上讲，加强知识管理理论研究，既是认识知识本质属性以及对知识进行管理的需要，也是不断丰富、深化发展知识管理理论体系的需要。只有不断研究知识管理理论，才能更好地指导知识管理实践。

二、产业的实践需要

1. 产业从加工制造向信息传播服务转型的需要

印刷本身不仅具有信息传播的功能，还带有制造业和消费品的特点，它与信息有密切的关系。同时，信息的转移和它的载体有很强的关联性，印刷是信息和它的载体的统一，只有把信息和信息载体统一在物品上，才能称为印刷品。

印刷品是一种媒体，由可视化符号信息与纸张为主的物理载体组合而成。印刷传播业，其生产本质是将可视化信息高速度、高质量置放到承载物上，是提供信息知识消费和印刷品服务的知