



传播新视角丛书

汤书昆 / 主 编

传媒知识管理

Knowledge Management in Media



科学出版社

www.sciencep.com

本书出版得到国家科技史与
科技文明哲学社会科学创新基地的支持

传播新视角丛书

传媒知识管理

Knowledge Management in Media

主 编 汤书昆

副主编 林世渊 张义忠

科学出版社
北 京

内 容 简 介

知识管理是高价值的新管理。多年来,有关知识管理的研究与论著很多,但很少从传媒去探讨知识管理。有鉴于此,本书从传媒角度进行补充。本书以知识管理的发展、传媒组织特性的演进为架构,系统地论述传媒知识管理的理论体系、成功因素、导入路径和评估方法。本书还探讨了若干传媒组织实施知识管理的经验和教训,并提出知识管理方面的建议,希望能为传媒组织实施知识管理提供参考。

本书主要读者是管理和传媒领域从事教学、研究的组织和个人以及与内容产业相关的企事业单位和个人。

图书在版编目(CIP)数据

传媒知识管理/汤书昆主编. —北京:科学出版社, 2007

ISBN 978-7-03-020100-3

I. 传… II. 汤… III. 知识经济-应用-传播媒介-管理
IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 155841 号

责任编辑:李晓华 卜 新 / 责任校对:邹慧卿

责任印制:钱玉芬 / 封面设计:高海英

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>

双青印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2007 年 10 月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2007 年 10 月第一次印刷 印张:15 3/4 插页:1

印数:1—5 000

字数:328 000

定价:25.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈双青〉)

《传播新视角》丛书编委会

主 任 汤书昆

成 员 （以姓氏笔画为序）

王希华 冯 锋 汤书昆

张燕翔 周荣庭 胡河宁

总 序

当21世纪的晨曦照耀大地之际,我们已经有了一个坚定不移的信念——新世纪最具发展潜力的产业之一是传播产业!

我们瞩目科技传播,让更多的人了解科学技术、在更多的领域里运用科学技术、持续不断地普及高新技术,推动社会经济的高速发展、增强综合国力。

让我们致力于传播领域里科学与技术的结合、科技与人文的结合、创新与普及的结合。

我们瞩目数字化传播,运用数字媒介传播知识与信息、铸造传播新模式,戮力推动当代传播的智能化、艺术化和娱乐化。

让我们致力于传播领域里理论与实践的结合、内容与管理相结合、媒体与市场的结合。

我们瞩目全球化传播,在建设传播领域高素质人才培养基地的过程中,我们把教学、研究、交流的平台建立在国际化传播的基石上——跨文化的传播体系、传播流程以及传播机制。

让我们致力于传播领域里国内和国际的结合、专家与大众的结合、教育与产业的结合。

将传播教学与研究的视野建立在面向前景的学科领域,这是一个年轻的研究群体——中国科学技术大学科技传播与科技政策系的愿望,这里已经形成本、硕、博贯通的传播学培养体系。这个生气勃勃的学习型团队,力争将学习、研究的成果尽快转化为系统的知识资源,《传播新视角》丛书,正是在科学出版社的大力支持下的一种尝试。

《传播新视角》丛书强调理实交融、文理汇通。既关注新理念、新范式,重视理论建设;又突出新案例、新技术,贴近务实流程,努力实践为传播学科和传媒事业建设发展服务的宗旨。

如果《传播新视角》丛书的出版能够符合上述理念并成为引玉之砖,我们将会深感欣慰。

《传播新视角》丛书编委会

2004年7月

前 言

在管理领域，知识管理酝酿于 20 世纪 70 年代，兴起于 20 世纪 90 年代，与全球互联网的诞生与发展相伴随，它在各个领域、组织的应用越来越普及。

传媒知识管理是传播学的重要组成部分。多年来，国内在传媒知识管理研究上相对集中在两个方面：“知识信息化”（寻找、储存、流通）和“知识增值化”（开发、整理、利用）。而作为本书的研究主题则是对传媒知识管理的理论和实务进行系统性的论述。

为了写好本书，我们对自己提出了一些要求：一是以科学发展观为指导；二是立足我国传播学体系的繁荣与发展，将它作为一门新兴的交叉专业学科进行研究；三是在各章的撰写中，突出理论的论述和案例的解析。

本书共 8 章：依次为：“知识社会时代的传媒知识管理”、“知识管理的兴起与发展”、“从传媒信息管理到传媒知识管理的嬗变”、“传媒产业知识管理系统分析”、“传媒组织知识管理的技术实现”、“传媒知识管理的实施”、“传媒知识管理的评估”和“传媒知识管理的个案研究”。我们希望本书每一章节都能为我国传媒组织知识管理的导入和应用提供有益的参考。

编 者

2007 年 9 月 1 日

总序

前言

1	知识社会时代的传媒知识管理	1
1.1	知识的多维解读	2
1.2	知识经济的形成与知识社会的诞生	4
1.3	传媒知识管理:知识管理学科与媒介经营行业的 经典交汇	11
2	知识管理的兴起与发展	21
2.1	知识管理的基本概念	22
2.2	知识管理的兴起	28
2.3	知识管理的发展	35
3	从传媒信息管理到传媒知识管理的嬗变	39
3.1	传媒知识管理的产生	40
3.2	传媒知识管理过程中的组织学习	42
3.3	媒体组织学习的模式	42
4	传媒产业知识管理系统分析	51
4.1	知识管理系统的基本概念	52
4.2	知识管理系统的主要特点	56
4.3	传媒产业知识管理系统的建置	60

67	5	传媒组织知识管理的技术实现
68	5.1	技术实现的基本概念
73	5.2	技术实现的框架选择和模型设计
84	5.3	技术实现的模式、部署、途径和方法
89	5.4	知识管理技术实现的未来走向
91	6	传媒知识管理的实施
92	6.1	传媒知识管理实施的发展
102	6.2	传媒集团实施知识管理的主要特点
154	6.3	传媒集团实施知识管理的若干启示
157	7	传媒知识管理的评估
158	7.1	传媒产业知识管理评估
167	7.2	传媒知识管理评估的方法与工具
198	7.3	传媒知识管理评估指标的选择和应用
213	8	传媒知识管理的个案研究
214	8.1	时代华纳何以兼并失败——企业文化与知识管理
217	8.2	默多克新闻集团——兼并扩张与知识管理
219	8.3	迪斯尼集团——知识管理与“娱乐帝国”打造
222	8.4	凤凰卫视——知识管理与成功之路

8.5 TOM 户外传媒——知识管理与协同平台	224
8.6 贝塔斯曼出版集团——共同开发与价值共享	227
8.7 新加坡报业控股集团——知识管理与组织扩张	229
8.8 维基百科媒体基金会——全球化经营与知识管理	232
主要参考文献	237
后记	241

1

知识社会时代的传媒知识管理

本从“知识社会”说起，首先对知识社会的内涵进行了界定，然后从知识社会的形成与知识社会的诞生两个方面，对知识社会的形成进行了分析，最后从知识社会的形成与知识社会的诞生两个方面，对知识社会的形成进行了分析。

> 知识的多维解读

>> 知识经济的形成与知识社会的诞生

>>> 传媒知识管理：知识管理学科与媒介经营行业的经典交汇

知识社会时代的到来，给人类社会带来了巨大的影响。知识社会的形成，是人类文明进步的结果。知识社会的诞生，是人类文明进步的标志。知识社会的形成，是人类文明进步的标志。知识社会的诞生，是人类文明进步的标志。

知识社会时代的传媒知识管理

作为本书的开始,第1章主要分三节:1.1节是“知识的多维解读”,从不同的角度分析知识的内涵;1.2节是“知识经济的形成与知识社会的诞生”,分析知识社会在当代社会范式中的重大转变;1.3节是“传媒知识管理:知识管理学科与媒介经营行业的经典交汇”,分析传媒知识管理是传媒组织与新媒体产业的竞争利器。

1.1 知识的多维解读

关于知识的内涵有诸多探究的视角,从认识论的解释到生产要素的理解,在一定程度上反映了知识在整个人类社会发展中地位与作用的变迁。在以知识为社会基础的当代,知识已成为最重要的核心资源,支配着每一个组织和个体生命的当前状况与未来命运。以知识扩散、传播为特点的传媒业,从古典的经验知识、专业技艺知识发展成为工业经济时代庞大的组织化传播体系。随着20世纪90年代以来数字技术革命、网络化和经济全球化的发展,传媒产业已成为知识挖掘、知识传播和扩散、知识再现和集成的知识产业。以知识运营为基础的传媒行业已成为新世纪的一道亮丽风景线。立足知识管理平台,对知识作重新审视,有助于进一步认识作为新社会核心资源的知识内涵,同时也有益于理解传媒业专有知识体系运营方式的重大变革。

1.1.1 知识内涵的认识论解读

从认识论角度研究和理解知识,在哲学史上占有重要地位。哲学家们虽然都认同知识源于学习,但是对如何通过学习得到知识等问题往往有着各自的理解。

理性主义认为:知识不是感官实践的结果,而是概念的思维过程。经验

虽然有助于知识的构成,但知识不等于经验,经验只能作为知识的材料或者内容,只有通过先验的概念结构来处理才能使经验成为知识。

经验主义认为:不存在先验的知识。人类的知识完全来自于后天生存环境中习得的经验,通过联想、归纳而成为知识,即知识是从特定的感官实践中归纳得出,实验科学是这种感官实践的典型。

1.1.2 知识功用的经济学解读

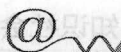
从经济学的视角认识知识的作用,是20世纪经济学家的贡献。但就什么样的知识对经济的驱动功能更强等问题产生的认识也不一样。新古典经济学的先驱马歇尔认为:知识是最有效的生产手段。在市场经济条件下,每个企业组织都具有同样确定的知识,这些知识通过价格信息使利润最大化成为可能。但是,新古典经济学家忽略了各经济主体所拥有的知识大量表现为隐性知识,这些知识是很难用价格信息形式来表示的。

同新古典经济学家相反,哈耶克和熊彼特强调,能够使每个经济主体利润最大化的知识,是其所拥有的独特知识,而不是每个经济主体所共有的知识。哈耶克认为,由于劳动分工,任何人都没有能力掌握人类全部的知识,只能掌握与自己工作有关的那部分知识,对于总体而言,这部分知识是不完整的、分散的知识片段。个体根据自己掌握的知识片段选择其行动计划,就很难与他人进行协调,需要采用适当的机制使劳动分工导致的知识分工能够相互协调。

1.1.3 知识形成的心理学解读

在行为主义心理学占主导地位的时候,知识是被排斥在心理学研究范围之外的,早期的现代心理学家只关心外部的刺激与有机体做出反应之间联系的形成。20世纪50~60年代,受计算机科学、语言学、信息论等新兴学科的影响,心理学界爆发了一场“认知革命”,这场革命主张通过将人脑和计算机相类比来研究大脑内部加工信息的结构与过程。在这一研究背景下,知识进入了心理学的研究视野。

认知革命认为人脑也像电脑一样,会对信息进行加工处理。按这一思想,研究人的心理的学科被称作认知心理学。认知心理学将知识定义为个体通过与其环境相互作用后获得的信息及其组织形式。被贮存于个体内的知识即个体的知识;通过公共媒介贮存于个体之外的知识即人类的知识。



1.1.4 知识价值的社会学解读

在知识社会学家看来,知识和物化的知识对社会产生巨大的影响催生了知识社会学的形成,也通过持续演进使人类步入了知识社会。社会学家认为知识是一种社会关系,知识具有价值,知识的价值是通过智慧——脑力劳动和体力劳动产生的。知识产业所创造的价值也是通过人的智慧得以实现的,知识已成为一种资本和生产力;知识是社会行动能力的表征:知识是一种行为能力,新的知识结构能增加这种能力,陈旧的知识结构将阻碍这种能力的提升。

1.1.5 知识应用的管理学解读

美国未来学家丹尼尔·贝尔认为,知识是对事实或思想的一套有系统的阐述,是提出合理的判断或者经验性的结果。它通过某种手段交流,以某种方式传播给他人。使人们相互协调的知识可称为“制度知识”,也就是我们通常所说的管理知识。在美国管理学家德鲁克看来,所谓“知识被用于知识”,就是提供知识以找出应用现有知识创造效益的最佳方法。管理知识将具有不同知识背景、掌握不同种类技术的人们组织起来,为一个共同的目标工作。

德鲁克在 20 世纪 50 年代末就提出“知识社会”和“知识工作者”的概念,他对知识的理解在现代管理学界很有代表性。他认为,知识不是抽象的泛指,而是具体的专门知识,专门化知识就是学科知识体系。在这之前的认知阶段,人们习惯于认为普通的学术教育是知识,排斥或弱化知识的应用性。作为知识社会中的知识,与古典习惯认知有根本性区别。知识本源存在于应用之中,是实践和应用推动知识的发展,有知识的人其绩效在于他拥有知识的高度专门化。知识工作者,无论其知识是粗浅还是高深,拥有知识量是多还是少,从一定意义上说,这种知识都是专门化的。

1.2 知识经济的形成与知识社会的诞生

1.2.1 社会变迁中人类社会的知识转型

人类社会的知识形态曾发生过数次重大的变化。就宏观方面来说,人类

社会的知识形态先后经历了从原始社会的“神话知识型”到古代社会的“形而上学知识型”，再到现代社会的“科学知识型”的持续转变过程。与此相应，知识人才的社会角色也发生着相应转变。在神话知识型中，“巫”是当时社会中最受尊重的“知识分子”，享有认识、解释或转述神谕的特权；在古代社会中，“形而上学家”代替“巫”成为当时最主要的知识分子，制定了新的知识游戏规则并判断某种经验的认识论价值准则；在现代社会中，科学家或研究人员又取代了形而上学家，成为现代最主要的知识分子，支配着人们的知识生活。

就知识的性质或标准而言，原始的神话知识型将“神秘性”、“叙事性”和“隐喻性”作为最主要的知识标准；古代的形而上学知识型将“本体性”、“绝对性”和“终极性”或“神圣性”作为最主要的知识标准；而现代的科学知识型则将“客观性”、“普遍性”和“价值中立性”看成衡量一种认识经验是否为真的主要标准。每一次知识的转型，都极大地改变了人类认识论的方向，为人类知识的进步开辟了新的图景，促进了人类知识的增长和整个社会文明的发展。

20 世纪中叶以来，伴随着人类知识以几何级数的激增，人类知识形态又酝酿着巨大的改变，一种新的知识形态初露端倪。学者们将这种知识形态称为“后现代知识型”或“准知识社会型”。与现代的科学知识型比较，这种知识形态的主要特征如下：第一，从不同的方面解构了现代科学知识型所宣称的“客观性”、“普遍性”和“价值中立性”，证明人类迄今为止所获得的所有知识都是具有“文化性”、“境域性”和“价值偏好”的，就是那些看起来非常精密和客观的数学和自然科学知识也是如此。第二，否认“为知识而知识”的“普遍知识分子”的存在，证明知识分子的社会文化身份和理论偏好对于知识的生产、辩护和传播来说不是多余的、有害的，而是必要的、有益的，因此，所有的知识分子都是“具体的知识分子”。第三，知识的增长方式正在发生重要的转变，从积累式的增长转到批判式的增长，从以命题为中心转到以问题为中心，从一个纯粹的理性过程转到一个诉诸于研究者整个心灵生活的过程，从一种单纯的个体行为转到一种知识共同体内部乃至不同学科研究人员之间的跨学科合作。第四，知识的结构正在经历着一种重构的过程，科学知识不再作为一种标准的知识范型而加以崇拜或应用，社会知识和人文知识的独特性逐渐为人们所认识，“知识的多样性”正凸显在知识统一性的历史背景之上。第五，知识的传播方式和管理方式也发生了深刻的革命，电子技术、互联网技术以及多媒体技术的迅猛发展从根本上改变着学习和教学的方式，改变着教育和管理时空，改变着社会生活、生产和管理的基本方式。

后现代知识型的上述特征，正预示着人类知识生活中一场重要的革命正在到来，并预示着建立于其上的一个崭新的知识社会的来临。

1.2.2 人类经济活动中知识价值的表现

正像一个人的体力和脑力不能完全分开一样，整个人类的经济活动也是物质力量和精神力量的有机整合，这里所谓的精神力量，实质上主要是指知识的力量。从经济活动自身的结构来看，知识渗透在经济活动的各个层面和各个发展阶段。在直接的社会生产阶段，劳动者作为生产活动的主动性因素，其知识结构、智力状况已经成为现代社会生产力水平的重要标志：知识密集型产业实质上首先是高素质人才集中的产业，而生产过程中的物的要素，包括劳动资料和劳动对象，都渗透着大量的智力成分，人类加工的对象已经从天然自然物变成了人化自然物与人工自然物；劳动手段更多的是通过人造的技术与智能仪器、设备来发挥作用。也就是说，人类生产的物质要素也像生产活动的主体性要素劳动者一样，知识化程度越来越高了。

随着知识经济时代的到来，知识形态和作用范围的变化为理解经典思想家们的劳动价值论提供了新的判断角度，也提出了新的挑战。实际上，工业革命中“无人工厂”的出现、机器排挤工人的现象，就在劳动产品的价值问题上产生过一定的困扰，新形态的经济活动方式使这一变化更显突出。我们认为，知识经济的出现，是在更深层次上对劳动价值论的证明。知识是人类智慧的结晶，是劳动价值的特殊凝结。在知识探求和应用实践的一定时期，研究者的成果并不一定会制度化地获得应有的经济报答，研究者的动力很大程度上来自于对知识的非经济价值的追求。而知识探求的经济价值在于：在自身价值再现的过程中，为更广更深的价值创造活动提供了动力；从数量关系上看，知识的价值等于因知识而增加的新价值减去为获得该范围的知识所耗费的价值。

在经济活动的生产阶段，制造使用价值的过程需要脑力和体力的共同耗费，而所谓脑力的耗费，其实质就是知识在发挥作用。脑力和体力的耗费具有不同的特点。商品生产中体力的耗费很明显，并且可以被精确地加以计量；相反，脑力的耗费则不容易看到，也因而容易被忽视。但实际上，随着人类社会实践的发展，经济活动中脑力的耗费越来越多，体力的耗费越来越少。换句话说，因为脑力耗费的增长，大量在以前的经济活动中属必需的体力耗费被节省了。这当然不能理解为总价值减少了，实际上是知识的价值在增加。因为价值不仅是体力劳动的凝结，而且是体力和脑力劳动的共同结果。

特别需要指出的是：知识的增长具备推动社会变革的意义。以知识为灵魂的科学技术的发展，推动着人类社会经济结构的不断转变。17~18 世纪的产业革命使经济结构实现了由农业经济向工业经济的转变，20 世纪 70 年代以来高科技的发展使经济结构产生了新的深刻而剧烈的变革。对这种巨大变化，人们从不同角度加以概括，比如，美国奈斯比特 1982 年出版的《大趋势》一书提出“信息经济”；1986 年英国福莱斯特在《高技术社会》一书中，提出“高技术经济”；1990 年美国托夫勒在《力量转移——临近 21 世纪时的知识、财富和暴力》一书中，描绘了知识作为全球范围的三种基本力量之一，如何推动产生了一种以头脑（脑力）为基础的“创造财富的新体系”，他称之为“新的知识经济”；1990 年联合国教科文组织提出了“知识经济”的概念；1996 年国际经济合作与发展组织（OECD）在《技术·生产率和工作的创造》一书中明确定义了“以知识为基础的经济”（knowledge-based economy）。这些提法，都从不同角度反映着知识在新的经济形式和社会形态变革中的突出地位。

1.2.3 当代经济学层面的知识应用特征

知识经济是建立在知识和信息的生产、分配和使用之上的经济。当知识被并入经济活动过程并实现其经济价值时，它的自然存在特征便转化为经济特征，它本身也就从自然资源变成经济资源。

（1）知识作为整体具有稀缺和丰富的两重性。同一种知识，在它刚刚被创造出来的时候，在它处于隐蔽或保密状态的时候，在它作为发明或专利而存在的时候，它属于稀缺资源之列；而当它被解密公布出来以后，当它进入公共传播网络以后，当它被公众作为学习资源的时候，它又变成了几乎免费享用的资源。至于具有创造发明才能的智能和具有这种素质的人才，则始终是动态稀缺的资源。迄今为止的主流经济学都是以资源的稀缺性为前提的。从原则上看，“发明”、“专利”、“智能”这样一些稀缺性资源完全可能通过市场机制进行合理的配置。但是，由于知识的流动性、不确定性等特征，知识的定量和定价是一件困难的事情。知识作为生产要素在生产函数中的表述仍然是个悬而未决的问题，有待知识管理这一新学科的进一步提炼。

（2）大量的知识已经或正在迅速地、极其廉价地在公共传播媒介上传播，这是一种无穷无尽的、人人可以共享的公共资源。数字化的世界已经从分配稀缺资源的限制中解放出来，因为重新安排所有这些 1 和 0 的范围是有限的。当代社会的公共知识价格很低，可持续性大量获得。在知识取代资本、土地、劳动力成为经济活动中的决定性的要素，而这种要素的供



给又是极其丰富的情况下，传统以资源稀缺性为前提的经济学就面临着严重的挑战。擅长于稀缺性、竞争性资源配置的传统型市场机制和适合于共享性、公共性资源配置的创新社会必须更好地结合起来。例如，信息的跨国界流通，既要求合理地保护己方的知识产权，又要求尽可能地获取利用多方的知识信息，未来的经济学和经济体制的重建需要在这个方向上做更深入的思考。

(3) 知识之所以能够在经济增长中发挥巨大的作用，关键在于它提供“配方”的无限潜能，促使事物由低价值组合转变成高价值组合，这才是知识促使经济增长的奥秘所在。换句话说，经济学的新增长理论认为有两种基本类型的生产投入，即主体的“思想”和面对的“事物”。“思想”包括知识和信息，是可以不断积累的非竞争性商品；“事物”则是具有质量或能量的竞争性商品。“事物”可以直接满足人们的需要，“思想”则按照人们的需要来重新安排事物。传统的经济理论只重点考虑“事物”对经济增长的影响，即只考虑人的体力、实物、能源的投入和产出效应，而弱化了“思想”对经济增长的影响；新的经济理论则同时考虑到“事物”和“思想”对经济增长的影响，而且把思想、知识资源当作比物质资源更加重要的资源。

(4) 知识可以渗透到生产的各个要素和环节，大大节省各种非知识性资源。这里要特别指出的是，知识既具有内部的不可替代性，同时，对于同一种知识而言，它又具有外部的可替代性。例如，本世纪初，美国每年由计算机完成的工作量已相当于美国全部人口一年工作量的 2000 倍以上，由于微电子学和现代通讯技术的飞速发展，信息产业的生产率近 20 年来提高了 100 万倍。60 年前一台计算机有一栋房子那么大，现在同样功能的计算机可以做得比一块手表还要小。由此可见，新知识、新思想带来的劳动生产率的突破性增长必然带来生产要素（包括劳动力、资金、土地和各种物质资源）的全面节省。

(5) 具有高渗透性的知识的不断增长，促使经济活动的各个环节发生巨大的变化。它通过改变事物的“配方”，促使生产率不断提高。它使投资知识获得丰厚的回报，又使投资本身面临巨大的风险；它使分配突破了单纯按体力劳动时间计量的局限，使智力入股和业绩工资逐渐获得公众的认可和法律的肯定，从而使按劳取酬原则得到更为完善的体现；它使消费发生根本的变化，传统的消费对于资源而言是损耗性的，而知识的消费却是积累性的，知识资源越用越多。由于知识创新的稀缺性，知识的流动性、易复制性和不确定性，知识产权的界定和维护成为越来越重要的经济职能。

最令人感到欣慰的是，在传统的工业化模式所造成的资源耗竭、环境污