



唐乐◎著



新对话——

数字时代的组织对外传播



新对话——

数字时代的组织对外传播

唐乐◎著

上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

新对话:数字时代的组织对外传播/唐乐著. —

上海:上海人民出版社,2014

ISBN 978-7-208-12603-9

I. ①新… II. ①唐… III. ①组织管理学 IV.
①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 235629 号

责任编辑 郭立群 许 卓

封面装帧 汪 昊

新 对 话

——数字时代的组织对外传播

唐 乐 著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.co)

世纪出版集团发行中心发行

江苏启东人民印刷有限公司印刷

开本 720×1000 1/16 印张 12.75 插页 4 字数 176,000

2014 年 10 月第 1 版 2014 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-208-12603-9/G · 1694

定价 45.00 元

程士安

序 一

与唐乐博士讨论“对话”，本身就是一次愉快的、酣畅淋漓的“对话”，而这样有趣的“对话”，始于我们的共同兴趣和学术思考。

Web2.0 技术进步引发组织传播学发生革命性的变革，因网络多节点的信息交互，一对一，一对多、多对多的信息交互构成了一个错综复杂的、立体的、动态的信息交互结构；其变革的核心是组织的信息传播路径和架构，即组织内部的、组织外部的两个相对独立的、封闭的、有一定的交织关系的信息管理系统，演变为两个紧密交织的、互为连动、互为影响的信息交互系统。

Web2.0 技术导致传统的组织信息传播路径和架构发生突破性的进展，具体表现为组织信息传播由 N 个信息交互循环系统共同组成了两个相对庞大的、而又相互独立的、相互交织与影响的复杂信息系统；这两个系统在不断发展的技术作用下已交互为一个不可剥离的、相互影响、互为因果的复杂体系。简言之，Web2.0 技术使得组织内部的信息管理系统已经与组织外部的信息管理系统，共同构筑了一个适时互动的、点对点连接的、动态的、立体的信息管理体系。据此，组织内部或组织外部任意一个信息节点上信息的变化，均可能瞬

间影响并涉及整体信息的连动。

唐乐博士的研究正是基于这样一个宏观视野,以信息流动的复杂交互体系为思考前提,深入研究组织外部传播的变化、创新,力求寻找其变化的本质、呈现的特征,以及与组织内部信息交互的规律。

期间,值得注意的现象是 Web2.0 时代的组织外部的信息传播,即组织对外传播的每一个节点,都与组织内部的每一个节点的信息生产、信息表达、信息管理紧密相关,重要的是与组织内部的各个工作环节的具体事务都有着千丝万缕的关系;新技术条件下信息的适时交互,帮助并协助组织顺应了社会实践的发展和需求。于是,深入研究的起点是如何在网状结构的、动态变化的信息流动形态中,通过科学(数据)分析能够及时发现新问题和最终获知信息传播是否能够达到预设效果,即使组织的信息传播实现科学的有效管理。

唐乐,是一位思考缜密的博士,基于这样的中观思考,认为现代组织的信息传播规律变革的核心是计算机信息技术为人与人之间的“对话”搭建了一个无限可能的空间,为此,研究“对话”的内涵及其特征,规律和传播作用,是对组织传播学面临诸多问题的一个重要解答。

能否将这样的思考所获得的感悟,验证组织传播管理的现代性,解释数字时代组织的信息传播管理和传统的信息管理有哪些本质差别,这是本研究的微观思考,也是研究的终极目标。

时至今日,互联网呈现了越来越多的信息交互平台,网站、论坛、微博、微信,乃至搜索引擎等,媒体的碎片化、受众的碎片化、信息的碎片化已成定局;信息传播管理的焦点是:如何让不同平台上的目标受众群体通过“对话”获知组织试图传达的、相对完整的核心信息;与此同时,在社交媒体平台上聚合的庞杂信息如何有针对性地送达组织内部的各个环节,最终使组织的信息决策机制能够快速获知相对整体性的和有价值的信息后提出并采取有效应对措施,这是今天组织传播学研究的焦点和亟待解决的难题。

上述问题,在数字时代的现代管理学中表现得极为迫切:即任意组织的公共关系管理所面对的社会组织、社会公众的关注、评论或质疑,甚至可能采取

的集体行动,如何才能有效获知瞬间可能发生的各类问题,并给以合理的回应和解决?此时,组织的对外信息管理已经不仅仅是单一部门所能应对的,如何“打通”组织的线上线下、对内对外的信息传播,建构一个具有全景视野的信息传播管理体系,已势在必行。以企业组织为例,如何及时地获知社会公众的反映,解决企业组织的产品设计、生产流程、质量控制、产品销售与服务等问题,是现代组织信息管理是否有效的衡量标准。现代企业传统意义上的公共关系部门的内涵、职能、功能已开始扩展,众多的企业组织已经将传统的公共关系部门“提升”到企业的信息战略管理高度来认识和运作。

基于这样的前提,搭建社交媒体平台的信息管理体系,实时地面对公众、发现问题、解决问题,及时地沟通和反馈;网络媒体的“对话”功能开始效力了。信息在多节点之间通过“对话”推进沟通,通过“对话”达成理解;社会网络对人类现实行为的影响始于“对话”,现代文明社会的运作核心因“对话”而无比精彩、富有意义。网络社会因“对话”达成的信息连接,带来人类组织合作的进化;无论是强连接还是弱连接,“对话”是社会躯体得以强壮的灵魂。

为唐乐博士的深入思考而兴奋。

互联网是一个无限广阔的世界,也是一个极其复杂的世界。唐乐博士将所有现代组织对外传播的运行特征归结为:回归“对话”!为此,本书逐一研究并回答了网络社会“对话”的焦点问题:何谓复杂网络技术以及由此而产生的复杂网络结构;组织与社会公众“对话”关系的形成有哪些特征;如何理解复杂网络上的“非线性对话”、因集群化导致的网络圈子的“多维交织对话”,乃至复杂网络的无标度特性所引发的中心节点的超强作用等等。

作为传播学研究者唐乐博士借助复杂性理论作为重要的论证视角,唐乐博士认真研读并思考了其中的核心要点。如果说社会性决定了群体行为,那么复杂性则解释了群体行为中个体“对话”行为产生的可能性以及由“对话”引发群体聚集行为的规律性。复杂性,学理解释是系统不可逆性、不可预报性以及状态涌现、结构可突变特性的统称。这些年,很多社会科学研究者借助复杂性理论分析网络社会特征,其中“涌现”一词对社会科学工作者已不陌生,这是

社会科学借以描绘网络动态运动而呈现的独特景象。据此,唐乐的研究以复杂系统中的最小单元个体之间的“对话”为微观视角,力图看清局部与整体、个体与群体之间的非线性的、混沌的变化;分析由多样性带来的局部变化与整体变化之间的不确定性和复杂性,归纳总结组织内外信息流的交汇如何使“对话”科学地呈现出整体性,由此,该书将网络对话的复杂性阐释得深入浅出,有趣而生动。

欣赏唐乐博士书稿的结语:“对话”,是 Web2.0 时代组织的必然选择;“对话”,是一种新的生存方式。数字技术开启了通往人类信息生存的新纪元,“对话”既是一种发展,也是一种回归!

序 二

李良荣

摆在我面前的这本书，一开始就用复杂理论独创性地“图示”给我们一个多维交织的互联网世界，各种信息经由数字工具在点、线、面、体、云间，像自由电子一样迅速传递和跃迁，信息的低成本穿行，使节点的数量和连线犹如宇宙大爆炸般迅速膨胀。这是一个我们并不熟悉的世界，是一个没有国界、不需要护照和机票的新大陆。

在这个新的世界里，一个个曾经卑微的草根，不仅可以激动在自己的梦想中，还可以行动在最令人惊叹的精神大陆的创建中。仅仅一个维基百科，就可以把千百万人的目光聚焦在同一个页面上，千百只笔尖可以同时修改一个定义，这是一种什么样的文明创造经验？马克思说：“各种经济时代的区别，不在于生产什么，而在于怎样生产，用什么劳动资料生产。”^[1]当时一定很难想象今天的人们正在进行这样一种崭新的“社会化大生产”。

在这个新的世界里，推陈出新的社交媒体工具代替我们的双腿翻山越岭向每一个可能的、潜在的、有意义的新老朋友敲门。这些工具不仅使人类交往超越了物理空间和血缘联系，更由于社会化网络的六度空间特性而极大地扩

展了人际联系的密度和广度,不断“生成”的陌生而具有特定意义的社交关系正在革命性地重塑我们与外部世界的联系——这种联系一方面激发了潜藏在我们心灵深处的社会化交往需求,使我们心灵深处的沟通欲望配得上一日千里的技术进步;另一方面,交往本身也在一步步重塑我们的社会化本质,因为人的本质是一切社会关系的总和,一旦我们所处的某些社会关系发生持续变化,人的社会属性也会随之发生不以我们意志为转移的变化。在这一过程中,个体的变化和类的变化交织进行,这又一次让我们体会到:各个文明时代的差别,不在于沟通什么,而在于怎样沟通,用什么工具进行沟通。

在这个新的世界里,信息的低成本记录手段已经可以把人类生活的每分每秒记录并上传,仅仅就手机影像记录而言,当今我国社会一天产生的数字影像信息总量恐怕远远超过“文革”十年浩劫所记录的历史现场的总和,而十年“文革”所产生的影像信息同样超越了中国两千年封建专制历史遗存的总和,这是一种什么样的进化?比数量更重要的是,连人们最普通的生活、甚至是随意的网络活动,每分每秒都在产生有“价值”的数据信息。今天,你登录过某一个网站、你搜索过某一个关键词、你浏览过某一个商品、你发表过某种言论,这一行为本身就会成为一个信息,被记录、被计算、被计入某一“云端”并产生新的意义——犹如谷歌可以根据某一特定时段和地域人们搜索某一关键词的频率而预测某一流行病爆发的几率。看似杂乱无章的个体行为,在网络时代变成了商业和政治的趋势预兆,并可能永远留存。信息所具有的“价值”正在被重新定义,“信息社会”的含义正在被默默改写。

不用更多枚举,已经能感受扑面而来的的是一个怎样的时代。就像一百多年前,马克思、恩格斯在《共产党宣言》中所说的,“资产阶级在它的不到一百年的阶级统治中所创造的生产力,比过去一切世代创造的全部生产力还要多,还要大。自然力的征服,机器的采用,化学在工业和农业中的应用,轮船的行驶,铁路的通行,电报的使用,整个整个大陆的开垦,河川的通航,仿佛用法术从地下呼唤出来的大量人口,——过去哪一个世纪能够料想到有这样的生产力潜伏在社会劳动里呢?”^[2]

今天,互联网的广泛运用,在仅仅不到二十年的时间里所创造的信息量,比过去一切时代创造的总和还要多、还要大。自然力的征服,计算机的采用,数字技术在各个产业中的应用,社交网络的形成,触屏技术的广泛应用,智能手机的普及,仿佛用法术呼唤出来的无穷无尽的自媒体……过去哪一个世纪能够料想到有这样的群体智慧潜伏在我们生活里呢?

毋庸讳言,在大多数情况下,技术的变迁是缓慢累积的,工具永远只是工具。但是,在某些至关重要的历史节点上,某单一技术的深度突变,会导致文明的整体结构发生适应性变迁,就像火的应用和蒸汽机的出现一样,不仅带来整个世界生产力的巨大变化,而且引起了生产关系的适应性变迁;不仅对物质生产,而且对制度安排,最终对精神和意识形态产生重大推动。工具超越了工具本身,蒸汽机的力量大于那个时代。

信息技术和互联网革命同样预示了又一场当量巨大的革命已经开始,这场革命将对人类文明的整个体系和一切细节产生颠覆性影响,而这场革命的中心,首当其冲的就是传播领域。

本文作者敏锐地抓住了大时代变迁的一个重要核心——组织传播。的确,我们一天天眼看着互联网技术平台仿佛用“法术”唤醒一个沉睡了千年的受众群体。这个群体已经不再沉默;这个群体开始拥有信息权利;这个群体开始由受者转为传者;这个群体开始呈现类组织结构;这个群体开始结构成新的智慧体。作者指出,在这场史无前例的互联网风暴面前,组织外部传播的立场和方法面临的将是一场真正断崖式的转折。而促使这种转折的根本原因不是作为传者——组织的自发行为,而是受众的破土崛起,这种崛起,强迫性地导致传授双方的信息权利在天秤上的地位趋于均衡,于是,平等对话便成了新型传授关系创生的核心理念。

当我们从广阔的整个文明的坐标体系去观测受众群体的崛起时,就更容易感受到本书作者的用心,那隐藏在慎思细辨后面的严肃。互联网地震不仅仅是对组织外部传播的立场、观点和方法的颠覆性冲击,也是对包括一切信息传播在内的所有传播媒体、传播路径、传播理念以及传播学体系的整个“传播

共同体”的革命性震撼,更是对两千年来人类文明的大前提和地基的动摇——它是一种新的造山运动。正由于作者把思维的触角广延到如此浩大的宏观背景上,其向我们展示的组织外部传播的新走向,才可能具有不同于一般技术逻辑的历史感。

但这并不妨碍作者冷静地运用复杂学等边缘学科的观测工具,深入透彻到观测对象的事理内部,对组织外部传播的结构和机理条分缕析。作者对组织外部传播在传统大众媒体时代习惯并固化了的“喊话”和“独白”等重要特征进行高度的理论鞭辟,并在逻辑上证明了它与互联网,特别是 Web2.0 之后传播工具的不兼容性。在互联网时代,组织作为一个曾经的传播强势主体,眼看着一个曾经匍匐了几千年的蚁群(沉默的受众)终于渐渐站立,组织已经无法再俯视这个正在成长的巨人。组织内心深处慢慢涌上来的对这个巨人的恐惧将会一点一点侵蚀自己的优越感和特权感,从而使组织的尊严阈值降低,甘心放平自己的心态,最终完全自觉地、平静地接受自己在互联网世界的真实地位——这才是最具颠覆性的革命性改变。

另一方面,在历史逻辑面前,这种不兼容必将通过历史的进步强制地得到修正,这是不以任何组织和个人意志为转移的整个文明体系内生性的必然趋势。于是我们发现,本书想传达的不仅是直接的结论,更是一种暗示——当组织在外部传播的过程中不放下身段进行“对话”,已经成为不单单是与广大“对话者”对抗,而是与铺天盖地的互联网技术浪潮对抗,是与整个时代对抗,是与发展中的历史对抗时,那将意味着什么?

终于,我们知道本书作者为什么把“对话”作为全书提纲挈领的核心,并如此鞭辟入里地展开论述,因为:

首先,“对话”反映的是工具逻辑的力量,正如作者清晰而干净利落地指出的:“‘旧的空间在这里消弭,新的空间被创造’。在任何人都可以登录的全球化信息平台上、在任意两个节点可以通过较短路径实现连接的小世界网络中,传统意义上的空间被打破并实现重新连接,物理空间的距离远近,已经不再影响对话者之间的亲疏程度、不再影响对话者声音的大小强弱、也不再影响信息

传递过程中声音传递的顺畅性。当对话不分远近,当相隔千里的两个人可以‘面对面’促膝谈心,当任何一个空间点都是‘此地’,任何一个时间点都是‘此刻’时,Web2.0时代的互联网不仅仅使人们恢复了‘面对面’的人际互动,更支持对话参与者们实现超越空间限制的新对话。”

其次,“对话”反映的是历史逻辑的力量,也诚如作者一针见血地剖析道:“可以说,对于组织的生存和发展来说,‘对话’不仅是工具性的,更是本体性的;‘对话’不仅是方法论,更是世界观。可以预见的是,当 Web2.0 时代的对话被赋予新的内涵,成为一种时代精神,成为组织与个人的生存方式时,组织与外部世界的传播方式和关系建设,将从‘工具理性’和‘实利主义’的价值取向,转向‘社会终极价值存在’的取向。”

最后,“对话”反映的是现实逻辑的力量,正因为在工具和价值观两个向度上,作者找到了一种现实的交集,那就是对话。什么是对话?对话不是喊话,而是有血有肉地说话;对话不是训话,而是心平气和地讲话;对话不是高高在上的鸟瞰,而是坐在桌边你来我往、各有进退的商谈。所以,对话在本质上,就是一种“商量”,而商量恰恰是市场制度和民主精神的重要原则和本性,是统一各种意见的最好模式,也是全社会在整体方向和用力趋势上“保持一致”的最稳定、最可持续的内因。

所以,作者把对话作为全书的出发点和最后归宿,披荆斩棘、层层递进,啄出一条通向亮光的小道,不仅反映了其尖锐的学术敏感和扎实的理论功力,亦可见出一个正派学者在既定的现实条件下不懈的思想追求。

通观全篇,使我们有必要思考:对于一本书的判断,我们不仅应该看重它为人类知识体系建设的增量作出了多少贡献,我们还同时期待它在人类思想的宝库中能否增添属于自己的或许暂时还很微弱的一份思考。

注释:

[1] 马克思.马克思恩格斯全集(第23卷)[M].北京:人民出版社,1972:204.

[2] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯选集(第1卷)[M].北京:人民出版社,1972:256.

目 录

Contents

1 序一

1 序二

1 绪论

1 一、研究缘起和研究问题

4 二、基本概念界定

18 三、文献回顾

27 四、本书结构

28 五、研究意义

38 第一章 Web 2.0 时代的组织外部传播复杂网络

38 第一节 Web 2.0 时代新传播技术平台的特征

46 第二节 Web 2.0 时代组织外部传播复杂网络的构成与结构刻画

73 第二章 Web 2.0 时代组织外部传播的传受关系

——“对话者”关系正在形成

73 第一节 Web 2.0 时代组织外部传播传受关系的特点分析

85 第二节 Web2.0 时代的组织与社会公众——“对话者”关系正在形成

94 第三章 Web2.0 时代组织外部传播的运行特点

——一种新的“对话”过程

95 第一节 Web2.0 时代组织外部传播的运行特点——回归“对话”

109 第二节 Web2.0 时代的组织外部传播的运行特点——作为一种新的“对话”

136 第四章 新“对话”时代的来临

——Web2.0 时代新“对话”的意义及策略路径

136 第一节 Web2.0 时代新“对话”对组织外部传播的意义

152 第二节 Web2.0 时代组织外部传播的策略路径

——新“对话”作为一种沟通方法

178 结语

182 参考文献

绪 论

一、研究缘起和研究问题

信息技术主导的数字化时代的来临,使人类社会不可逆转地进入到全新的信息环境中。新兴资讯手段的日新月异,带来的不仅仅是传播工具在数量上和特性上的变化——更重要的,是人类社会传播环境随之产生的深刻变化;是人类社会传播模式和沟通方式随之产生的深刻变化;是人类社会生活形态随之产生的深刻变化;是人类社会行为模式和价值观念随之产生的深刻变化;是人类文明演进方式随之产生的深刻变化。

尤其在人类进入 21 世纪后,Web2.0 互联网更是以前所未有的方式创造出一个崭新的沟通平台。在这个沟通平台上,新的传播技术被不断应用,新的传播活动被不断实践,新的传播规律开始发生作用,并且被好奇的人们不断探索。在这种全新的传播图景中,我们不得不重新审视——在過去的环境中形成的对各种传播现象的认识以及相应的做法,是否还完全适用于今天的现实情况。

这一问题同样给组织传播的实践者和思考者带来挑战。我们知道,无论

处于怎样的传播技术条件下,作为社会系统中的一个个子系统,组织都需要与外界环境进行信息交换,以增进和保持与外部世界的最佳联系,从而促进组织更好的生存和发展。进入到信息时代后,人类社会以前所未有的方式实现信息的创造和分享,并且通过这一过程创造巨大的精神和物质财富。身处这一新时代,今天的组织无疑对外界环境更加依赖和敏感,而外界信息环境的不断运动变化比过去更加强烈地影响着组织的发展状态甚至生死存亡。

因此,无论在中国还是在世界范围内,组织的外部传播问题正经历着一个巨大的历史性变化。

从实践层面看,一方面,今天的组织不得不比过去更多地与外界进行沟通和交流——这对于今天的组织不仅仅是可有可无的点缀,而是至关重要的战略性课题。另外一方面,组织传播实践者在实际工作中面对着切实的新问题——新兴传播工具的不断涌现和更新,组织传播模式的变迁,组织传播任务的变化,组织传播在组织战略发展中角色的演变,不同传播对象重要性的变化等。以企业为例,根据 2007 年度中国公关行业发展报告,新媒体传播技术的应用,是中国公关行业当前最为关注的话题之一,也是直接影响到未来市场发展格局的重要因素之一。^[1]越来越多的企业和专业的传播管理公司,已经开始应用新兴数字媒体开展公关活动。尤其是在 Web2.0 模式的新兴网络环境中,组织外部传播实务进入到全新的发展阶段——企业的对外传播不再只是传统意义上的媒介关系管理,而是透过 Web2.0 网络工具直接建立与社会公众的积极关系^[2];互联网舆论管理、BBS 社区传播、博客营销、网络危机管理等,成为专业的传播管理公司数字媒体业务的重要内容^[3];企业越来越多地通过社交网络、微博和博客影响网络“舆论领袖”^[4]。面对眼前展开的新画卷,实务界在实际工作中越来越迫切地需要解答一些新问题:数字时代的传播环境到底产生了怎样的变化?组织外部传播活动所面对的社会公众,到底具有怎样的沟通方式、沟通能力、行为方式和思想观念?组织正在以怎样的方式与社会公众实现信息交互并建立联系?新的传播模式对组织来说意味着怎样的风险与挑战?组织又应该采用怎样的策略路径对社会公众进行有效的传播和沟通?对

这些问题的解答,将对数字时代的组织外部传播实务产生积极影响。

在学术研究层面,我国关于组织传播的理论研究似乎走在了实践后面。“组织传播”作为一个独立的学科领域于 20 世纪中期开始在美国形成,于 20 世纪 70 年代进入到研究的活跃期。组织传播研究引入中国是在 20 世纪 80 年代,而在中国的传播学研究中一直受到相对较少的学术关注。尤其是进入数字化时代后,针对组织传播的新发展,国外的相关学术研究数量相对较多,研究问题相对更新、更紧贴实际,研究方法更为科学,理论建设更为深入全面(具体分析见下文“文献综述”部分)。尤其是对数字时代新传播环境中的组织外部传播问题,我国学术界的研究成果相对匮乏(具体分析见下文“文献综述”部分)。这一情况表现在很多方面,例如:对数字化时代组织外部传播活动的新规律和新模式,缺乏系统深入的学理性探讨;对数字时代组织外部传播的策略路径,缺乏具有时代特征的理论回应;而具有建设意义的理论创新就更加匮乏。因此,通过对数字时代组织外部传播的运行规律和运行模式的探讨,并在此基础上对公关领域重要理论问题做出适用于当前传播环境的回应,将对公关理论的发展有所促进。

基于以上实务层面和学术研究层面的背景,本书将围绕以下研究问题进行探讨:

- 在数字时代,组织与社会公众到底以怎样的方式产生联系?与传统大众媒介时代相比是否有变化?如果有的话,这些变化在根本上意味着什么?
- 在数字时代,组织与社会公众之间的传播活动(无论具体体现为公关传播还是营销传播),其在运行过程和机制上呈现出怎样的特点?与传统大众媒介时代相比是否有重大变化?这些变化说明了什么,预示着什么?
- 数字时代新的传播机制和模式,对于长期形成于传统大众媒介环境中的组织传播理念和策略来说,带来了怎样的挑战和难题?
- 组织应该如何认识和面对这些变化,应该如何在理念层面和策略层面上做出调整,以迎接新的挑战 and 机会?