

<<开放>>

图书基本信息

书名：<<开放>>

13位ISBN编号：9787111357209

10位ISBN编号：7111357205

出版时间：2011-9-1

出版时间：机械工业出版社华章公司

作者：[美]Charlene Li 查伦·李

页数：211

译者：李金樯 忻璐 译

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<开放>>

前言

<<开放>>

内容概要

我们正处在数字化和网络化的时代。

社会化媒体逐渐改变着我们的生活和社会交往方式。

微博则彻底颠覆了信息传递的方式和理念，甚至能够瞬间影响到组织的兴衰成败。

这两个方面都会对现代社会和组织的领导力产生巨大的冲击和深刻的影响。

如何敞开怀抱、拥抱变化、规避风险、真诚沟通，从而有效实施和巩固领导力，是摆在每个管理者面前的迫切问题。

《开放:社会化媒体如何影响领导方式》通俗易懂，行文活泼，征引了戴尔、思科、宝洁等世界500强企业的生动案例，以及来自美国国务院等政府部门的案例。

通过这些经典的案例，本书巧妙地揭示了如何使用博客、微博等新兴媒体技术，提高效率、增强沟通，让组织机构的领导者在全新的媒体时代游刃有余、脱颖而出、独占鳌头。

《开放:社会化媒体如何影响领导方式》是一本关于领导者如何通过开放获得成功的管理书籍，对于如何培养开放领导力和如何使组织转型值得仔细品鉴和学习的管理宝典。

《开放:社会化媒体如何影响领导方式》作者查伦·李是世界公认的社交网络方面的权威研究人士，她的《公众风潮:互联网海啸》一书是第一本教会企业在网络时代生存的畅销书。

作者简介

查伦·李 (Charlene Li)，奥特米特集团 (Altimeter Group) 的创始人，与乔希·贝诺夫 (Josh Bernoff) 合著了广受好评的畅销书《公众风潮：互联网海啸》。

她是社交媒体与技术方面的权威专家之一，同时也是领导力、战略、社交技术、交互媒体和市场营销方面的顾问和独立思想领袖。

查伦·李曾任弗雷斯特研究公司的副总裁和首席分析家，以及摩立特集团的高级顾问，她曾获《Fast Company》杂志2008年度“十二位最具创造思想”奖项，以及2009年度“最具影响力科技女性”。

<<开放>>

书籍目录

本书赞誉

推荐序1 风险社会的领导与管理

推荐序2 拥抱开放的新媒体时代

作者简介

致谢

前言

第一部分 放弃控制所带来的混乱

第1章 为什么放弃控制是必然的

全新的分享文化

走向公众

对控制说再见

放手创建社交网络关系

走向全新的社交关系

在全球范围内，你都可以看到这种关系的存在

领导者的困境

开放领导力的全新规则

第2章 开放性的十大元素

开放性的矛盾特征

开放性的十大要素

开放的信息分享

开放式决策制定

开放性审计

信息分享

制定决策的流程

第二部分 精心制定你的开放战略

第3章 目标决定你的开放程度

你想实现什么

学习：涉及整个公司

对话：让大家开始交谈

支持变得更加主动和多元化

创新：把众包移到公司内部

目标及你的战略目标

苹果元素

第4章 开放收益的理解和测量

开放式学习的收益

开放对话的好处

开放支持的收益

开放创新的收益

第5章 用沙盒公约构建开放性

为何结构是必需的

制定员工使用社交媒体的指导原则

指导原则：为约定提供边界

最佳实践与如何设定预案

疏忽与结果：管理人员何时介入

一个实践员工指导原则的案例

<<开放>>

邀请客户加入协议
管理和发布政策准则
和法律部门打交道
结束语
第6章 开放战略的整合
创建社交图谱剖面图
找到关键的工作流程和利益相关者
开放组织模型
组织模型的选择和变更
指定角色与分配责任
培训和激励的必要性
第三部分 开放领导力：重新定义关系
第7章 开放式领导力：思维模式和特征
开放式领导的维度
乐观的领导者
合作式领导者
开放领导力原型
第8章 培养开放领导力
可靠性背后的真相
透明性绝非展示并告知全部信息
让技术为开放领导力提供支持
开放式领导者作为推动力量
第9章 失败的紧迫感
从失败中构建信任
打造冒险精神与失败系统
第10章 开放如何让组织转型
印度国家银行：大象之舞
思科：协作的内部提升需要时间
百思买：释放狂热者的热情
宝洁：结构化开放
戴尔：直销文化的方向
美国国务院：改变中的外交
注解

章节摘录

版权页：风险社会的领导与管理毋庸置疑，互联网是人类历史上最伟大的发明之一。

它的出现深刻改变了人类社会的深层结构、组织形式和运行模式。

如果说在以门户网站为主体的“Web 1.0”时代，互联网仍然继承了传统媒介和文化的衣钵，那么到了以社交媒体为主体的“Web 2.0”时代，“用户生产内容”（User-Generated Content, UGC）模式使得互联网赢得了独立性和自主性，成为真正意义上的、超越报纸、广播、电视等传统媒介的“第四种媒介”。

从更为广泛的社会视角来看，社交媒体的蓬勃兴起也是人类从“现代社会”过渡到“风险社会”的一个必然结果。

“风险社会”是德国社会学家乌尔里希·贝克（Ulrich Beck）在1986年出版的同名著作中提出的一个概念，用于区别于“现代社会”。

所谓“现代社会”是以工具理性为基础，以实现经济发展和技术进步为目标。

在他看来，“风险社会”是“现代社会”的演变，当物质层面的现代化得以实现以后，人类并未进入到世界大同、高枕无忧的“理想国”当中。

相反，人类在追求经济和社会现代化的过程中，实际上已经为自身埋下了各种具有风险性的“伏笔”和“祸根”。

就在贝克出版《风险社会》一书的那一年，前苏联发生了震惊世界的切尔诺贝利核电站泄漏事件，为贝克的理论提供了一个有说服力的论据。

这场危机告诉我们，现代性的种种弊端和人类追求现代化过程中积累的各种“症候”开始发作，风险无处不在，危机层出不穷。

因此，人类进入了一个新的阶段-“风险社会”。

近年来，恐怖主义、气候变暖、环境污染和全球性瘟疫都可以被视为全球化、现代化和商业化过程中积累的各种“症候”，其中有的已经“发作”，引发了波及整个世界的公共危机，有的则已经到了“一触即发”的危机临界点。

在上述两种社会形态中，大众传媒的定义和定位都有一定的区别。

在“现代社会”当中，大众传媒是传递信息的工具。

所谓“大众”是指大量的、容易被管理和操控的被动受众，信息和舆论的主导权掌握在少数权势和精英手中。

相对而言，传媒是“工具”或“喉舌”，受制于政治、经济、军事等“硬力量”，在整个社会体系中处于相对边缘的位置。

而在“风险社会”当中，大众传媒本身成为一种独立运作的“机制”。

在此，“大众”不仅意味着大量的、具有主动选择权的受众，而且还意味着大量的信息生产者。

他们合二为一，成为所谓的“生产/消费者”（prosumer）。

互联网的发展造就了海量的“生产/消费者”。

尤其是在Web 2.0时代，像Facebook、人人网这样的社交媒体，Twitter、YouTube等“自媒体”的蓬勃发展，使大众传播过程中“传者”和“受者”之间的界限完全消失了。

这就使得传统的单向度的“宣传”机制逐渐失灵，精英阶层和权势群体不能一厢情愿地把信息和观点强加给公众。

相反，公众通过新媒体参与到信息生产和传播的过程中，从而拥有了更大范围的知情权、表达权、选择权和监督权。

一言以蔽之，“现代社会”中的被动受众演变为“风险社会”中的独立、主动而活跃的生产/消费者。

另一方面，“风险社会”也是一个高度“媒介化”的社会。

以互联网为代表的“网络媒介”和以手机为代表的“随身媒介”的兴起，把人们裹挟到一个媒介高度饱和的生存状态中。

3G技术-即第三代移动通信技术-逐步在我国普及。

3G技术把互联网视频和移动通信技术结合起来，实现了影像的即时传输，使得“人人都是记者”、“

<<开放>>

人人都是中央电视台”的预言成为现实。

在不久前北京4号线地铁事故、郭美美与中国红十字会、“7·23”温州动车追尾等突发事件中，我们看到，微博的参与彻底改变了信息传递的方式和理念。

首先是信息传递的速度。

在报纸时代，我们会谈论今天的新闻；在电视新闻频道普及后，我们会谈论每小时发生的新闻；而微博把新闻的传递速度精确到秒。

正是由于在上述这些危机和事故的现场活跃着无数“公民记者”，才让微博的上亿受众几乎与在场的目击者同步感受到了新闻本身的巨大冲击力。

其次是信息传递的理念。

在新浪微博上流传着数万张“到北京看海”的图片。

有人把微博上流传的和新华社记者拍摄的地铁事故照片做了对比，后者的画面上只有拥挤的人群和拉着警戒线的地铁站，而微博则还原了事故现场最真实、最震撼的那一幕。

接着是信息传递的质量。

由于微博信息传递具有“实时和海量”的特征，同时也由于“公民记者”本身职业水准和道德素养参差不齐，因此，微博上传递的信息就难免泥沙俱下，鱼龙混杂。

有人把2004年北京暴雨的照片拿来充数，有人把武汉东湖的照片移植到北京的立交桥下。

这些假消息如果不及时澄清，就会造成“魔弹效应”，击中身处危机当中的受众敏感和脆弱的神经，引发不同程度的“媒体恐慌”（media panic）。

2011年3月日本地震海啸后在我国引发的抢盐风潮就是微博传递假新闻造成社会失控的典型例证。

无论是3G技术还是“微博客”，还是未来将会出现的新的媒介形式，它们都预示着以下两个趋势：

（1）大众传媒在风险社会中将会扮演越来越重要的角色，对政治和公共事务的影响会越来越大；（2）在风险社会当中，进行媒体操控和管制的代价会越来越高昂，因而在技术上和道义上都无法奏效。

我们当然可以寄希望于传媒的“自律”和“他律”。

但是，当人人都可以成为网络记者，人人都可以凭借一部3G手机“成为”中央电视台的时候，基于道德和伦理的传媒“自律”就会成为一种美好的理想-这正如我们可以弘扬雷锋精神，但不可能期望人人都成为雷锋一样。

同样道理，在中国目前还没有“新闻法”或“传媒法”的情况下，我们也不能把希望过多地寄托于法制化的“他律”。

编造“纸馅包子”假新闻的假记者可以被绳之以法，政府也可以动用行政手段惩治那些网上的“煽动者”和“造谣者”，但这类方法在媒介化的风险社会却显得苍白无力，杯水车薪，在一定程度上反而激化了社会矛盾。

在全球传播的时代，任何一场“地方性”的突发事件都有可能借助于大众传媒的力量而演变为“全国性”乃至“全球性”的危机。

因此，危机传播是降低风险、化解冲突和重塑形象的最为有效的手段。

所谓“危机传播”就是指政府、企业或其他类型的社会组织利用大众传媒与公众进行有效交流和沟通的过程。

在当代中国这样一个“全能政府”的政治生态当中，政府能否在应对危机的过程中贯彻“媒体执政”的理念，进行有效的危机传播，是检验政府执政能力的一个十分重要的标准。

实际上，“媒体执政”的理念还是体现了在社交媒体的时代，政府部门和企业如何借助于危机传播保持和提升其“领导力”的问题。

危机传播的过程中一个重点和难点是如何把握信息开放与控制的尺度。

美籍华裔管理专家查伦·李在这本书中对这个问题进行了鞭辟入里的分析，同时结合大量的实例，对管理者如何摆脱传统的“命令-控制”模式，借助于社交媒体实现有效的危机传播，实现“成功地走向失败”-用传播学的术语来说就是“进行有效的矫（正）型传播和塑（造）型传播”，在应对风险和危机的过程中实现企业品牌的重塑和管理模式的创新，从而打造出更多适应社交媒体生态的“开放型”领导者和管理者。

本书通俗易懂，行文活泼，征引了大量来自世界500强企业的生动案例，也包括了来自美国国务院等政

<<开放>>

府部门的案例，读来一气呵成，令人时常有茅塞顿开之感。

虽然全书建基于企业管理的语境，所用的实例大都来自美国本土，但对于处在转型期的中国政府、企业和社会组织的领导者和管理者来说，这些新鲜的思想、宝贵的经验和具有可操作性的对策建议可谓是富有启示意义的“他山之石”。

从这个意义上来说，机械工业出版社及时引介本书，也是帮助我国各级领导者和管理者适应媒介传播变局的“雪中送炭”之举。

我愿意向读者推荐本书。

无论从哪个角度来看，这本书都堪称风险社会和社交媒体时代的管理宝典，值得我国政府、企业和社会组织的领导者和管理者仔细品鉴和学习。

<<开放>>

媒体关注与评论

“在开放与控制之间挣扎是普遍存在的一个人类问题。

当多数领导者赞同更为广泛的透明和真实可以带来重大收益时，很多人依旧为与利益相关者之间开放交流的界限所带来的巨大风险而深感无力。

查伦向我们展示了挖掘社交媒体技术的力量不在于掌握最新潮、最光鲜的科技，而在于拥有一个关于你与利益相关者之间建立关系的清晰愿景。

对于渴望拥抱‘全新开放性’的人们，这是一本必读的书。

”——罗杰·马丁，多伦多大学商学院院长，《The Design of Business》一书的作者“查伦·李绝对是站在所属领域顶峰的人物。

社交技术是企业面向当今市场环境的必备基本要素之一，而她是这个领域的专家。

但是更为重要的是，她清晰地展现了对于领导者来说需要什么。

抛弃掉旧的规则手册，让本书发挥作用！

”——基恩·法拉奇，《Who Got Your Back》和《Never Eat Alone》的作者“如果有一个不证自明的真理，就是你可以依赖这一点：21世纪最重要的通用货币就是信任。

然而，信任要求开放。

你分享得越多，你倾听得越多，你就能够获得更多的信任。

尽管如此，成为一家开放的商业组织是真正的挑战。

对于大多数商业组织来说，这是一次文化上的变革，而远不止是一次技术上的变革。

在本书中，查伦·李凭借丰富的案例，详实地说明了许多组织如何走向开放，以及在这个过程中如何获得数以百万计的信任。

”——史蒂夫·鲁贝尔，爱德曼数码的SVP/主管“如果你正在为如何使用社交媒体和社交技术而深感困惑，那么本书正是一本为你准备的书籍。

它以一种周全而严密的方式为迎战如何使用社交媒体的企业领导者提供了一张路线图。

”——雷妮·莫伯尼，《Blue Ocean Strategy》一书的合著者“在这个全球经济走向数字化的时代，企业必须进行自我变革以迎接更大的成功，查伦·李再次成为这一领域的先驱。

她的深刻见解将会鼓励高管反思旧有方法，并采取全新的途径进行思考和实施：本书介绍公司如何将消费者、研发人员、开发商、生产厂家，以及其他合作方以杠杆的方式联系在一起，以推动创新、获取效率、获得增长。

”——拉里·韦伯W2集团有限公司的总裁，《Sticks & Stones》一书的作者

<<开放>>

编辑推荐

<<开放>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>