

修辞视角下组织合法性的话语构建

——以中国百胜和麦当劳为案例

武守强 冯云霞

(中国人民大学商学院 北京 100872)

内容提要: 在全球化的背景下,组织主体的对外沟通与意义构建对于组织形象与组织合法性的修复和重构有重要影响。在组织遇到危机时,其传达的信息内容和表达方式在很大程度上与制度环境中的规范、规则及价值体系有关。本文以修辞学为研究视角,以Burke修辞范式为研究方法,对中国百胜和麦当劳官方公布的“福喜事件”公告为研究文本进行话语分析。本文发现:(1)在组织合法性的话语构建过程中,组织文本通过合理安排戏剧主义五要素并着重突出某几个要素,便能实现沟通主体的修辞目的,其中,动作要素与场景要素发挥重要作用;(2)在组织合法性的话语构建过程中,企业主体使用同一性策略能够获得大众认同,实现其修辞动机,其中,同情性同一和对立性同一发挥重要作用;(3)在组织合法性的话语构建过程中,企业主体可以通过恰当的语篇结构来实现自己的修辞动机,通过分析发现,组织合法性构建的语篇从结构上讲包括三个部分:描述、纠偏和承诺;(4)研究构建出组织合法性、话语与修辞之间的关系模型,从话语和修辞的角度对组织的危机管理提出了建议。本文的理论意义在于从话语和修辞的角度分析组织合法性的构建问题,补充了组织合法性的内容。此外,本文对企业组织特别是跨国企业的危机处理有参考价值。

关键词: 组织合法性 修辞 同一性 话语分析

中图分类号: C936 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002—5766(2018)01—0092—17

一、研究背景

上世纪80年代以来,中国的经济社会发生了巨大变化。在30多年的改革历程中,跨国企业和外资企业对中国经济的参与度和贡献度高。但是,这些企业在中国大陆较为复杂的制度环境中,要有多元行动逻辑才能落实其战略。其中,应对制度压力的行动有适应、妥协和创新等多种举措。对企业而言,制度环境对其合法性和组织形象有影响。在跨国企业处理危机事件的时候,这种多元行动逻辑显得尤为重要。

组织合法性是指组织行动是否合乎利益相关者恰当的认识和假定(Suchman,1995)^[1]。合法性得以构建的基础是组织必须与社会系统内的价值体系、规范信念、规则程序以及人们的认知意义相符合(Ruef and Scott,1998)^[2],而组织主体所传达的信息类型能够在很大程度上与制度环境中的规范以及价值体系形成关系,如共鸣、抵触或者不痛不痒。在危机处理过程中,组织第一时间向

收稿日期:2017-09-22

作者简介:武守强(1989-),男,山东莱芜人,博士研究生,研究领域为组织行为学、领导力、组织话语分析,电子邮箱:wushouqiang732@126.com;冯云霞(1966-),女,江苏南通人,副教授,管理学博士,研究领域为企业文化、管理沟通、人力资源管理,电子邮箱:fengyunxia@rmb.s.ruc.edu.cn。通讯作者:武守强。

外公布和宣称的信息往往会对嵌入在制度环境中的受众产生直接影响。如果组织沟通或者组织话语表达恰如其分,则能够对组织形象与合法性的修复产生积极作用。

在组织表达与沟通过程中,修辞(Rhetoric)表达或策略性沟通尤为重要。它是修辞者或者组织主体运用具有沟通策略实现修辞动机的过程,它是组织主体对情境的策略性反应。与个体间的交流类似,组织与外部进行沟通也存在修辞的过程,恰当的修辞策略能够有效实现其修辞动机。

Berger and Luckman(2009)^[3]在《现实的社会构建》中指出,“合法性大厦是建立在语言的基础之上,并将其作为最主要的工具”。语言与组织合法性之间有密切联系。组织通过话语修辞与外部制度环境进行动态的沟通(Hoffman,2009^[4];Arndt and Biglow,2000^[5];Suddaby and Greenwood,2005^[6]等),而语言在表达过程中扮演重要角色。

修辞(Rhetoric)是基于语言基础之上的,是用语言诱发行为的技巧(Burke,1989)^[7]。正如人与人之间沟通需要技巧一样,组织与外部制度环境进行互动时,修辞技巧也是非常重要的。在制度变革与合法性构建这一过程中,修辞的作用和角色已经被Suddaby and Greenwood(2005)^[6]所证明,采用一定的制度性词汇以及合适的修辞表达,对合法性构建有重要意义。

2014年7月20日,上海广播电视台新闻中心的官方微博发表报道。报道称“肯德基、麦当劳等快餐企业的供应商上海福喜食品公司被曝光使用过期劣质肉”。与此同时,上海食品药品监管部门责令相关部门的相关产品全部下架。随后当晚播出的由上海电视新闻记者卧底拍摄制成的节目后,上海食品药品监管部门将相关证据及时控制。此事虽不是直接因肯德基、麦当劳等快餐企业而起,但其相关产品及销量也首当其冲。福喜事件公布后,快餐企业的合法性遭到空前的打击和破坏,为了尽快修复和重新构建组织的合法性,肯德基、麦当劳在20日和22日分别在官网第一时间发表声明,做出承诺和保证,挽救市场和声誉。

本文即以此事件为研究对象,以中国百胜(肯德基)和麦当劳中国所公布的三则公开信和声明为研究文本,以伯克的戏剧主义修辞理论为研究方法,试图探讨组织合法性的话语构建过程,总结归纳出有效的修辞策略,深入挖掘组织合法性、话语、修辞表达之间的内在联系。

二、文献回顾

组织合法性是战略管理和制度学派中非常重要的研究主题。话语分析和修辞策略是引入到管理领域中的新颖方法论。在话语与合法性之间有重要关系的基础上,本文拟将两者进行有效结合,尝试用修辞理论对组织合法性的构建和修复进行分析和研究,以期从另一角度发现不同的结论,扩展合法性的理论框架,并希望对企业处理危机、构建组织形象等有所帮助。

1. 组织合法性

在社会学科和管理学科背景下,合法性又有了新的扩展。它可以被理解为一种组织与社会在规范、认知等方面的一致性,可表现组织被其所在的制度环境、社会文化、价值体系的接受程度(Scott,2001)^[8]。简单地讲,合法性是指在特定的信念、规范和价值观等社会化建构起来的系统内部,对组织的行动是否合乎期望的恰当的认识和假定(Suchman,1995)^[1]。从定义中也可以看出,这里的合法性并不仅限于“法律”的含义。判断一个组织是否具备了合法性,一定程度上取决于组织能否经受其所在环境中的某种合法秩序、价值体系以及规范约束所包含的规则检验(高丙中,2000)^[9]。组织构建合法性的基础是组织必须与社会系统内的价值体系、规范信念、规则程序以及认知意义相符合(Ruef and Scott,1998)^[2]。

学者们对合法性的研究主要有两种视角,战略视角(以Scott为代表)和制度视角(以Suchman为代表)。前者认为,组织合法性应当从战略的视角来看待,他们认为,合法性是资源,组织通过这种资源可以进入和获取其他资源,从而满足其需要,他们还认为,组织可以主动地获取组织合法性,

而获取的途径是通过制定特定的战略并付诸实施的战略活动(Scott 2001^[8]; Zimmerman and Zeitz , 2002^[10])。而持后者观点的学者认为,应当从制度的视角来看待组织合法性,他们认为,组织合法性是一种结构化的信念体系和规范、规则机制,组织被动地追求合法性,这样做的目的是减少或避免外部的制度环境所施加的压力,因为外部制度环境和价值体系时刻影响着组织形象的构建和意义的传达,这一派的学者们认为,组织应当让外部的制度环境、价值体系认可组织的存在,让自己的存在变为是有意义的,而且被认为是合乎常情的(Suchman ,1995) ^[1]。两种视角的区别在于看待合法性的角度不同,战略视角下是从组织的角度看待合法性,而制度主义视角是从整个社会的角度看待合法性(Elsbach ,1994) ^[11],由此而带来的差别就是,战略视角下组织可以较主动和积极地获取合法性,而制度主义视角下的合法性获得显得较被动和消极。从合法性的发展历史上看,两种视角都有较大范围的推广,但从实践的角度看,战略视角的合法性将更加符合组织的利益和诉求,并具有较好的操作性(陈怀超等 2014) ^[12]。本研究以组织应对危机事件而采取组织合法性构建的话语策略为研究对象,将合法性视为一种组织可以获得更多资源的凭证或“入场券”,体现组织在构建合法性过程中的主动性。因此,本研究采取在战略视角下的组织合法性,并在此基础上对其话语构建过程和合法性获得展开讨论。

在对组织合法性的类别分析上,不同学者研究侧重点有所不同。较为重要的有 Scott (1995) ^[13]提出来的分类。主要有规制合法性、规范合法性和认知合法性。从来源上讲,三种合法性分别来源于政府的规章制度、社会的道德规范以及人们的认知准则(Suchman ,1995^[1]; Scott , 1987^[13])。合法性作为组织主动构建的资源,在组织发展过程中可以带来获取其他资源和发展空间的能力,这种能力所带来的作用包含一致性与可信性两种作用(Suchman ,1995) ^[1]。

Suchman(1995) ^[1]则重点研究对合法性的管理。他认为,主要有合法性的获取、合法性的维持以及合法性的修复等。合法性的获取是指组织在面对新的组织变革或进入一个新的制度环境时,所面临的合法性管理问题;合法性的维持是组织在一个较稳定或匀速变化的制度环境中持久生存所面临的合法性管理问题;而合法性修复是组织在危机事件或制度环境迅速变革时所面临的合法性管理问题(Suchman ,1995) ^[1]。其中,三者之间并没有非常明显的间隔,像合法性的修复其实会涉及到合法性的获取和维持问题,所以,在具体的合法性管理中,组织可以采取综合的方式展开。本文拟从组织在危机事件前的合法性构建出发,更多讨论合法性的修复问题,同时,也涉及合法性的获取和维持等。Suchman(1995) ^[1]指出了组织在修复合合法性时所采用的一般策略——否定、借口、评判以及解释等,许多案例研究也对合法性的修复过程进行了探讨。

2. 修辞

修辞最早产生于古希腊,其本意是在演讲过程中所使用的技巧和艺术。Aristotle 是修辞研究的开山鼻祖。近年来,随着对修辞学理论研究的深入,话语分析方法极大丰富和扩充了其研究范畴和深度,形成新修辞学理论(Lawrence 等 2002^[14]; Phillips 等 2004^[15])。它将修辞与人类社会行为融合在一起,突出修辞调节社会关系的功能(顾曰国 ,1990) ^[16]。在组织层次中,管理者则无时无刻不在运用修辞手段进行组织沟通和管理沟通。修辞策略作为一种“说话的艺术”,是管理者用来获取员工认同的重要工具。在组织沟通的情境中,修辞能够帮助其在与外部沟通过程中,实现大众及相关利益群体对组织的认可,有效构建利于组织长期发展的组织形象,形成组织合法性,达到组织的修辞动机,促进组织的长青发展。

当代修辞学理论泰斗肯尼斯·伯克,在对莎士比亚戏剧研究的基础上,提出了戏剧主义修辞批评理论。和亚里士多德传统修辞学不同,他认为,沟通的本质在于认同。在沟通过程中,有五个基本要素。

(1) 话语中的戏剧主义五元素。邓志勇(2011) ^[17]在对伯克修辞主义分析范式过程中总结出

所有的修辞过程都是对语言五要素的动态组合。五要素分别是动作、动作者、手段、目的和场景。五个元素的组合和搭配反映修辞者的修辞动机。动机表述了谁(动作者),做了什么(动作),出于什么原因(目的),在哪里(场景)以及以什么方式(手段)。在他的主张里,修辞五元素之间的关系不是固定不变的,而是依据不同场景进行不同组合。比如,对同一个事件,不同的修辞者想强调的要素是有差异的。第二,要素之间的关系是可以转化的。比如,一个动作者的行动可能会成为另一个动作者的场景。

在进行沟通时,修辞者可以通过不同的方式来对五元素进行组合,构成基本的关系对子(以“某元素—某元素”的形式来表达,表示前者决定或导致后者的发生):场景—动作、场景—目的、场景—手段、动作—目的等,以此类推以及将上述关系对子互换位置后所得的 10 个关系对子,总计 20 对关系。这些关系对子代表了两个元素的某种因果关系,比如,场景—动作者这个对子,场景就决定了动作者。比如,在一个学校办公室里穿着正式的人在办公,那么这个人很有可能就是老师。

在诸多关系对子中,决定其他元素最多的那个元素就是修辞者的主导元素,所以,从关系对子中可以看出修辞者背后的修辞动机,而这也体现出话语表达者在表达时关注的要素。

(2) 同一理论。“同一”是伯克修辞学中的核心术语之一。他将“同一”描述为一个具有等级程度或具有延续体特征的概念,而不是一个是或否的两极概念。世界上没有两个完全相反的人,即使是敌人或对手,在某些方面也是具有一定共性的。正如德国哲学家莱布尼茨所说的,“世界上没有完全不同的两片叶子,也没有完全相同的两片叶子”。同一有程度之分,没有对错之分。

在伯克的修辞哲学体系里,共有以下几类“同一”:同情同一、对立同一和不一致性同一。同情同一,是指由在感情、认知等方面一致而引起的同一,比如,张三在得知李四得到好的考试成绩时,对他说“恭喜你”,简单讲,就是通过感同身受来获得同一性;所谓对立同一,是指修辞者与听众在一定角度上看是拥有共同的对立方而形成同一,举个例子,在海湾战争时期,伊拉克总统呼吁中东地区的其他国家联合起来对抗美国,对于其他中东地区国家而言,美国也是其敌人,因而伊拉克和中东地区其他国家因为拥有美国这个共同的敌人而具有同一性;不一致性同一是指话语表达者通过利用能够将听众包含在内的语句,像“大家”等词语,来使听众不经意间地认同表达者,不自觉地实现同一过程。

伯克的同一理论是有认知心理学和社会学基础的。三种形式的同一都可以被视为心理领域里的同一,修辞的过程本质上是态度转变的过程。这种转变有三种方式:一是态度形成,原先没有态度,因受话语表达者话语的引导而产生了态度;二是对态度程度的改变,有一种态度因受表达者的话语影响,对某件事情的态度比原先增高或者削弱了;三是态度的改变,有一种态度因受修辞者的影响,改变了最初的态度。不管是哪种方式,修辞最终的目标是在修辞者和听众之间建立某种态度上的同一。

话语分析与修辞主义在应用时都是具有相同的假设的。由话语或文本产生制度,制度又限制和促使行动的实施。修辞批评分析是当前修辞学的一个重要领域,而戏剧主义修辞批评是近代出现的较实用的修辞批评范式,而伯克的五元素分析范式是其中最具影响力的。

如前文所述,伯克认为,人们在演讲或讲话过程中会将五要素进行有机整合,以反映不同的态度和修辞动机,然后引起听众的行动。伯克分析范式主要包括三个步骤:找到文本中修辞行动的戏剧五要素以及在话语中的内涵;通过找到五要素所搭配产生的关系对子确认出主导修辞要素;从主导要素出发了解话语构建过程并深入分析其背后的话语表达目的和修辞动机。

3. 合法性与话语

组织在遭受特殊事件而造成合法性丧失,对组织的发展将产生不好的影响。作为组织表达的主要手段之一,社会符号系统中的语言不可避免地和组织合法性联系起来(Saussure, 1915^[18]; Morris, 1946^[19]; Meyer and Rowan, 1977^[20])。《现实的社会构建》中也提及,“合法性大厦是建立在

语言基础之上,并将其作为最主要工具”(Berger and Luckman 2009)^[3]。

语言是人类所特有的符号系统。人类可以用语言来推理事物发展的逻辑,也可以通过语言来进行日常交流。当然,语言的功能不仅仅停留在此。语言学大师 Paul Gee(2000)^[21]认为,语言应该包含两个根本功能:推动社会事件的开展以及帮助个体在社会环境中存在的确定、维系各个价值体系中人的所属。实际上,语言作为一种社会符号系统,与人们思维乃至社会实践有着千丝万缕的联系(Saussure,1915)^[18]。Gee(2000)^[21]认为,人们可以通过语言来构建事物,并指出了语言所具备的七项构建任务,分别是构建意义(Significance)、构建活动、构建身份、构建关系、构建立场、构建联系以及构建复合系统与知识。语言及其使用是一个相当复杂的事情,语言是一个复杂适应性系统(王士元,2006)^[22]。

回到组织合法性,不论是组织的领导者以发言人形式向社会公众公告,又或者组织在其网站、新闻、报道中的宣称,都是在以话语的方式向相关群体传递信息,赢得社会的认可,使组织行为更加符合制度环境的要求。在组织的话语表达过程中,修辞对组织合法化制度变迁会产生影响(Suddaby and Greenwood 2005)^[6]。在跨国公司中,其话语策略和身份叙事也会对组织合法性、组织变革以及组织文化的构建产生非常重要的影响(Vaara等,2006^[23];彭长桂、吕源,2014^[24])。众多研究都表明,话语与组织合法性之间存在天然密切的联系。

彭长桂、吕源(2014^[24];2016^[25])以谷歌和苹果为案例研究对象,利用系统功能语法(SFG)对组织如何利用话语来构建组织合法性迈出了尝试性的一步。两篇文章对谷歌和苹果的相关文本进行语法结构的深层描述,并对其进行了框架分析,找到了组织正当性构建的话语模型,对组织在战略选择前提下如何通过话语来构建组织合法性给出了新的识解途径。文章是国内为数不多的用话语分析方法对组织及管理领域主题进行分析的文章,其体现出的思路和方法值得广大管理学者思考,话语分析方法或许会有一片新的天地(吕源、彭长桂,2012)^[26]。当然,文章也存在一些细微的问题:首先,在案例的选择上,彭长桂、吕源(2014)^[24]选择2010年谷歌退出中国大陆以及2013年苹果中国保修问题为研究对象,研究对象时间的不一致可能会导致研究情境的相去甚远,特别是在组织合法性问题上,2010年的制度环境与2013年的制度环境相比,可能会有很大的差距,将其放在一起进行对比研究说服力有所欠缺。其次,谷歌和苹果虽同为全球知名的高科技企业,但在文中涉及到的组织合法性构建时出现的问题并不一致,谷歌是因对中国监管的不满而退出中国市场,苹果是因保修问题向中国消费者道歉,制度情境和合法性构建背景较异质化。最后,文章采用话语分析领域中的系统功能语法,该分析方法具有操作性强、实用性高等特点,能够将语言结构与交流功能联系在一起(Fowler,1991)^[27],因而,对于分析组织合法性有独特的作用和功效,但是,仅以此方法来分析或许还显得不够,方法较为偏向纯语言分析,而忽视对文本产生情景的考虑且缺乏对修辞策略的考察。

Suddaby and Greenwood(2005)^[6]在一篇论文中也指出,修辞是制度变革和组织合法性构建过程中的重要角色,以案例展示对某一制度逻辑支持者与反对者之间的话语斗争,并指出修辞在斗争以致合法性最终建立过程中的重要作用,指出了包含制度词汇和变革理论化在内的两种修辞策略,但文中并未用较为系统的修辞方法对合法性话语表达进行分析。

综上,话语与合法性有着密不可分的关系,修辞所引起的话语表达方式进而对组织合法性的构建和修复将产生非常重要的影响,本文利用Burke的戏剧主义修辞手法和同一理论对组织合法性的构建和修复进行研究,从内容上和方法上进行创新。

三、研究设计

1. 研究策略与方法

本文将采用案例研究方法,主要原因有以下几点:第一,本研究关注的是组织如何利用修辞技

巧实现合法性的话语构建过程(也即“How”的问题),该主题的研究需要了解事件发生的背景以及深入分析相关文本的修辞技巧。Yin(2009)^[28]指出,案例研究能够通过广泛的数据对某种过程或事件进行充分描述,因此,案例研究是适合本文的研究方法。第二,与“组织合法性的构建”其他研究主题相比,组织合法性的话语构建已经是较为前沿的研究视角(吕源、彭长桂,2012)^[26],而本文尤其关注在修辞视角下的组织合法性话语构建,这表明,本文的研究主题和内容具有较高的创新性,而案例研究方法在面对新研究领域或在现有研究问题不充分时,往往能够更准确地把握现象以及构建理论(Eisenhardt,1989^[29]; Yin,2009^[28]),因此,案例研究能够更加充分地对本研究主题展开深入探讨。

在兼顾案例典型性、代表性与数据可获取性等因素的基础上,本研究选择中国百胜和麦当劳中国作为案例研究对象,以其在“福喜事件”发生后一系列的文本发布为数据分析对象进行修辞分析。从案例的典型性来看,食品安全一直是快餐连锁企业关注的问题,作为全球快餐连锁在中国运营的代表,中国百胜和麦当劳中国在制度差异的情境中合法性建设有着一定典型性;在案例的代表性上看,“福喜事件”是快餐连锁企业食品安全问题的一个表现,而中国百胜和麦当劳中国在“福喜事件”发生后密切关注事件发展动态,并积极运用沟通技巧与外界进行互动,逐步对其社会声誉进行挽回和修复,在组织合法性修复问题上具有一定典型意义;在数据的可获取性上,事件发生后,中国百胜和麦当劳中国通过官网、微博等媒体手段对该事件进行反思与汇报,文本数据相对较容易获取。

此外,在对相关文本进行分析时,本研究采用Burke的修辞主义分析范式方法,对其组织话语进行修辞分析,着重关注其组织话语中的修辞要素、要素结构、同一策略以及本文结构。

2. 案例背景与数据收集

2014年7月20日,上海广播电视台在其微博上公开报道称“肯德基、麦当劳等企业的供应商上海福喜食品公司被曝光使用劣质肉”,与此同时,上海相关部门和机构责令涉事企业相关产品全部下架。随后,当日晚播出的由上海广播电视台新闻记者卧底拍摄制成的节目后,上海食品药品监管部门将相关证据及时控制。此事虽不是直接因肯德基、麦当劳等快餐企业而起,但其相关产品及销量也首当其冲。福喜事件公布后,快餐企业的合法性遭到空前的打击,为了尽快修复和重新构建组织的合法性,肯德基、麦当劳在20日和22日分别在官网发表声明,做出承诺和保证,挽救市场和声誉。本文所分析的文本即是两家企业所发布在官网上的声明,其中,涉及两篇肯德基的官方声明及一篇麦当劳的官方声明,具体文本信息如表1所示。

表 1 文本信息

编号	主体	时间	主题
K1	中国百胜	7月20日	声明
K2	中国百胜	8月1日	《致广大消费者的公开信》
M1	麦当劳(中国)	7月22日	声明

注:肯德基隶属百胜餐饮集团公司,百胜集团是世界上最大的餐饮集团企业,肯德基、必胜客等均隶属于百胜集团

资料来源:本文整理

3. 数据分析步骤

与个体在话语表达时注重技巧一样,组织在与外界沟通时也会非常注重表达的修辞手法,出于不同的动机,话语表达中的要素搭配也不尽相同,这种不同反映了组织背后的修辞动机和策略。当组织面临合法性破坏,其与外界沟通的话语策略显得尤为关键,能够折射出组织的公众态度,进而可能引起不同的组织行动。用伯克的戏剧主义五要素和同一策略来分析组织的话语表达,能够深

入挖掘组织合法性修复的背后逻辑,而通过考察案例企业对五要素的搭配,也可以从中总结归纳出组织进行合法性修复的话语逻辑。因此,本文在对样本文本分析时,采用以下四个分析步骤:①指出文本中修辞五要素;②通过对五要素的搭配和所形成的关系对子来确认关键要素和搭配比例;③分析文本中所体现的话语同一策略;④从主导因素和同一策略出发,进一步分析语篇的构建,挖掘话语动机,整理归纳组织合法性修复的话语逻辑。

四、数据分析

本文选取中国百胜肯德基和麦当劳中国在福喜事件发生后第一时间所发布的官方声明为分析文本,试图通过对声明的修辞批评分析,解构其背后的语篇建构,挖掘潜藏的修辞动机。三篇文本都是主体针对同一事件的不同反应,且从经济效应和社会效果上均取得了较良好的反响。通过对文本的修辞分析,可以进一步发现,组织在面临公关危机、合法性遭到破坏时,应以怎样的修辞手法和谋篇布局实现对组织合法性的重构和修复,并试图总结出组织合法性修复的话语模式,找到话语、修辞、组织、合法性之间的深层关系。

1. 对 K1 文本的修辞策略分析

K1 文本是中国百胜(KFC)集团在福喜事件发生后的第一时间在官方网站上向媒体和大众群体所公布的声明,声明中,中国百胜首先向大众消费群体表达了歉意,并承诺对涉及到的相关产品进行下架、停销等处理方式,然后,还表达了配合相关部门进行检查工作、提高对供应商系统的检查水平等。

在这篇声明中,所涉及到的动作者是指中国百胜集团及肯德基和必胜客等相关集团下的快餐企业,该声明的主要内容是表达歉意、承诺对相关产品做出处理,并承诺配合相关检查部门的工作,其目的是祈求得到大众消费者及媒体公众的谅解,及时修复被破坏的组织合法性。该声明除去题目和尾注,全文共计 412 字,声明运用较多语句表达自己今后的做法(动作),通过对行动的许诺来唤起大众的原谅,以尽量减少福喜事件所带来的销量下降的影响。具体要素分析如表 2 所示。

表 2 对 K1 文本的戏剧主义要素分析

要素名称	性质和指向	语句示例
动作者	中国百胜集团旗下受“福喜事件”影响的相关快餐企业;福喜集团	中国百胜;必胜客;肯德基;福喜集团;上海福喜集团
动作	声明;批评福喜;停止采购,配合检查工作;产品下架、停销等	保留…权利;…这令人难以置信和无法接受,对此中国百胜严厉谴责;…停止向中国福喜的采购;…完成调货;…暂停销售;审视、评估…监督管理体系;…公布具体措施
手段	情感表达;事实描述	这让百胜震惊和痛心;这令人难以置信和无法接受;目前所有产品正常供应
场景	福喜事件	日前发布的…的消息
目的	得到谅解	敬请广大消费者谅解

资料来源:本文整理

在这篇声明中,中国百胜集团使用了大量的动作因素,像“保留…的权利”、“…对此中国百胜严厉谴责”、“即刻…停止…的采购”“…完成调货”“暂停销售;审视、评估…监督管理体系”“…公布具体措施”等,通过这些语句向听众(消费者和普通大众及媒体)表达了其在“福喜事件”发生后第一时间所采取的一系列挽回行动,以实现其“敬请广大消费者谅解”的目的,并对其合法性进行修复和重构。

如表 3 所示 在戏剧五要素的搭配中 动作主导其他要素次数最多 共有两次 该声明中的主导和关键因素也就是动作要素。也就是说 当“福喜事件”发生后 中国百胜集团旗下有多家企业 (KFC 和必胜客等) 的产品受到了影响 其认为在第一时间做出行动是对消费群体和媒体大众的最好交代 这样的修辞及语篇构建策略的目的就是得到消费者和大众媒体的谅解 最大限度地降低“福喜事件”对中国百胜集团产品销量的影响。K1 文本中关系对子判断结果如表 3 所示。

表 3 对 K1 文本中对子成立判断

关系对子	因果关系是否成立	关系对子	因果关系是否成立
动作者 - 动作	否	手段 - 场景	否
动作者 - 手段	否	手段 - 目的	否
动作者 - 场景	否	场景 - 目的	否
动作者 - 目的	否	场景 - 动作者	否
动作 - 动作者	否	场景 - 动作	是
动作 - 手段	是	场景 - 手段	否
动作 - 场景	否	目的 - 动作者	否
动作 - 目的	是	目的 - 动作	是
手段 - 动作者	否	目的 - 手段	否
手段 - 动作	否	目的 - 场景	否

资料来源: 本文整理

通过大量对动作因素的描写 中国百胜向消费者和大众媒体传递了这样一种信息: 福喜事件发生后 中国百胜对福喜企业进行严厉的谴责 保留对福喜集团进一步诉诸法律行动的权利 停止购买福喜的原料 暂停销售相关产品 在供应商系统的管理中提升 积极配合政府部门的相关工作等。通过动作策略的应用 中国百胜集团与受众之间达成同情和对立同一, “中国百胜及消费大众都是福喜事件的受害者 当然 中国百胜有不可推卸的责任 ;…为此 中国百胜祈求得到消费者的原谅和谅解”。声明在转移矛盾点的同时 做出改进工作和产品的承诺 重新获得大众对中国百胜集团的信任 修复组织合法性 最大限度地降低“福喜事件”造成的恶劣影响。

在语篇结构上 K1 文本在呈现时体现出两部分结构: 对“福喜事件”的“客观”描述以及对当前和未来行动的许诺和改变。

2. 对 K2 文本的修辞策略分析

K2 文本是“福喜事件”发生 2 天以后 中国百胜在其官方网站上所公布的《中国百胜就上海福喜事件发布〈致广大消费者的公开信〉》。在这段时间中 广大消费者和媒体大众都密切关注到了这一事件 百胜集团的相关企业(主要是 KFC 和必胜客等) 的产品销量急速下降 公开信发布的目的也是进一步采取挽回行动。与 K1 文本相比 除了表达对福喜集团的痛斥以外 K2 文本中不局限于做表面文章和空许承诺 而是更多地涉及到了具体动作措施。如本文中的四条措施 都是中国百胜集团的表态 并对以后如何避免该类事件对企业的影响提出了很多切实可行的建议。

公开信除去题目和署名外 共有 860 字 其中 所涉及到的动作者有中国百胜集团及其相关快餐连锁企业以及福喜集团; 声明的背景依旧是“福喜事件”的影响; 声明的目的是进一步请求消费者大众的谅解 降低“福喜事件”的恶劣影响。而动作的部分则是中国百胜集团对与福喜集团关系的判断和表决、配合政府部门的工作、审视改革供应商的监督管理系统等。该声明中尤为明显的是 动作要素鲜明地呈现在文本中 并成为声明文本的主要构成部分 通过对动作要素的大篇幅描述 也是其达成话语目的的重要手段之一。具体来看 K2 文本的戏剧五要素分析及其性质如表 4 所示。

表 4 对 K2 文本戏剧主义五要素分析

要素名称	性质和指向	语句示例
动作者	中国百胜集团旗下受“福喜事件”影响的相关快餐企业; 福喜集团	中国百胜; 必胜客; 肯德基; 福喜集团; 上海福喜集团
动作	…断绝供应关系; …配合政府部门调查; 改革提升…系统	断绝…供应关系; 断绝…供应关系; 配合…调查, …处理所有后续事宜; 思考发现…涉嫌违法违规及不诚信行为; 完善…体系
手段	理解; 声明; 诚恳; 严肃	完全理解…失望和愤怒; (百胜) 更加痛心; 深知…厚望和信任; …是必要的, 但…不会仅限于此; 全面; 全力; 智慧; …吸取经验, 寻求…的指导和意见; 不会因…而气馁; 不断学习、永不言弃
场景	“福喜事件”; 中国百胜与福喜集团的合作历史	近期发生的…引发大家的忧虑和不安; 2008 年…与福喜开始合作…帮助百胜在中国健康发展…但事与愿违…一次刻骨铭心的…教训; …从一线员工到集团主席…“每一口都安心”…瞬间变得苍白无力
目的	祈求原谅	…刻骨铭心的伤害和教训; …任何借口和托词; 致以最深切的歉意

资料来源: 本文整理

该公开信中大量篇幅在介绍场景和动作, 场景的介绍一方面让大众了解到中国百胜集团与福喜集团合作的历史; 另一方面, 也让大众看到中国百胜在最初合作时的善意初衷, 像“…与福喜开始合作, …帮助百胜…健康发展…强强联手的合作…更加令人放心, …先进现代化的背后…涉嫌违法违规和…行为。这对中国百胜是…和教训”这些话为后面构建的同情同一和对立同一话语策略的实施起到很大的帮助作用; 而公开信后半部分大篇幅的动作要素则表明了百胜集团的态度, 一方面与福喜集团全面断绝关系; 另一方面, 对自身的供应商系统、产品系统进行提升和改革, 这都是在争取赢得消费大众的谅解。

如表 5 所示, 在戏剧主义五元素的 20 个关系对子中, 场景要素和动作要素决定其他要素的次数最多, 加总共有四次。该公开信中, 场景要素和动作要素成为语篇的关键要素, 而其在语篇中所起到的作用却不尽相同, 场景要素的目的是与大众之间建立起同情同一和对立同一的基础, 而动作要素则是向大众表明自己的立场和态度, 并对今后的工作做出相应的改革和承诺。巧妙运用两种要素在语篇构建中的技巧, 也是为了让大众进一步谅解百胜集团, 并降低“福喜事件”对百胜造成的恶劣影响。K2 文本中关系对子判断结果如表 5 所示。

表 5 对 K2 文本戏剧主义要素关系对子成立判断

关系对子	因果关系是否成立	关系对子	因果关系是否成立
动作者 - 动作	否	手段 - 场景	否
动作者 - 手段	否	手段 - 目的	否
动作者 - 场景	否	场景 - 目的	是
动作者 - 目的	否	场景 - 动作者	否
动作 - 动作者	否	场景 - 动作	是
动作 - 手段	是	场景 - 手段	否
动作 - 场景	否	目的 - 动作者	否
动作 - 目的	是	目的 - 动作	是
手段 - 动作者	否	目的 - 手段	否
手段 - 动作	否	目的 - 场景	否

资料来源: 本文整理

在语篇结构上 ,K2 文本在呈现时也体现出三部分的语篇结构:对“福喜事件”的描述 ,对责任方的重新划归和对事件的基本态度 ,对当前和未来行动的允诺和改变。

3. 对 M1 文本的修辞策略分析

M1 文本是麦当劳中国在“福喜事件”发生后的第一时间在其官方网站上公布的声明 ,声明中表达了麦当劳中国在“福喜事件”发生后所采取的措施 ,包括更换供应商 ,停止采购相关部分产品等。M1 文本除去日期和署名外 ,共有 393 字 ,在声明中 ,涉及到的动作者有麦当劳中国、上海福喜、河南福喜、Lavin 先生等 ,场景信息由“福喜事件”以及麦当劳严格执行食品安全的核心价值等 ,动作的信息由更换供应商、停止采购部分产品、继续采购部分产品等。具体来看 ,M1 文本的戏剧主义五要素及其性质分析如表 6 所示。

表 6 对 M1 文本中戏剧主义五要素分析

要素名称	性质和指向	语句示例
动作者	福喜集团与麦当劳中国相关企业及个人	麦当劳中国; 上海福喜; 河南福喜; Lavin 先生
动作	致歉; 承诺; 战略调整; 反思	向中国所有的顾客致以歉意; 承诺…不再发生; 终止…业务合作; 调整…的河南福喜; 向…采购部分产品; 提供优质的食品
手段	缓慢的妥协	逐步; 欣慰的看到
场景	“福喜事件”; 致歉	在获悉…后 ,…食品安全违法行为不仅令人愤慨…背道相驰; 今天 ,向中国所有的顾客致以歉意…绝不再发生
目的	痛定思痛; 寻求谅解	…对麦当劳是惨痛的教训…供应商质量管理体系; 前事不忘后事之师

资料来源: 本文整理

M1 文本中也存在较多的动作要素 ,比如“终止业务合作”、“调整…河南福喜”、“向…购部分产品”、“评估公司…管理体系”、“提供优质、安全的食品”等 ,通过这些语句声明向广大消费者传达了麦当劳中国正面回应问题,“绝不回避” ,在反思问题的同时也祈求通过一系列具体行动求得大众的谅解。此外 ,较多的场景因素也分布在文本中 ,福喜事件的发生以及麦当劳中国对此事件的态度表明了自己对该事件的态度 ,同时 ,将矛盾点转移到福喜集团上。

如表 7 所示 ,在戏剧五元素的 20 个关系对子中 ,场景和动作决定其他因素的次数最多 ,共有五次 ,在 M1 文本中 ,场景因素和动作因素成为麦当劳中国致歉、反思以及改革的主导因素 ,这种策略也是唤起消费大众对麦当劳的谅解 ,形成对立同一和同情同一。M1 文本关系对子判断结果如表 7 所示。

表 7 对 M1 文本中戏剧主义要素关系对子成立判断

关系对子	因果关系是否成立	关系对子	因果关系是否成立
动作者 - 动作	否	手段 - 场景	否
动作者 - 手段	否	手段 - 目的	否
动作者 - 场景	否	场景 - 目的	是
动作者 - 目的	否	场景 - 动作者	否
动作 - 动作者	是	场景 - 动作	是
动作 - 手段	是	场景 - 手段	否
动作 - 场景	否	目的 - 动作者	否
动作 - 目的	是	目的 - 动作	是
手段 - 动作者	否	目的 - 手段	否
手段 - 动作	否	目的 - 场景	否

资料来源: 本文整理

通过对场景因素的渲染, M1 文本向大众传递了这样一种信息: 麦当劳中国对“福喜事件”的发生感到很痛心, 而这与麦当劳中国一直坚持的价值观念是有悖的。这种信息能够唤起消费大众对福喜集团的怨恨, 进而有效地进行矛盾转移, 将麦当劳中国与消费大众置于同一战线上, 进而形成对立同一; 而动作的渲染则向大众传递了这样的一种信息: 基于“福喜事件”带来的恶劣影响, 麦当劳中国进行更换供应商, 对供应商管理体系进行有效监管, 承诺生产出安全放心的产品。这种信息会引起大众消费者对麦当劳中国的肯定和态度转变, 形成同情同一。两种同一策略共同作用, 共同修筑组织形象合法性。

在语篇结构上, M1 文本在呈现时也体现出三部分的语篇结构: 对“福喜事件”的描述, 对责任方的重新划归和对事件的基本态度, 对当前和未来行动的允诺和改变。

4. 结果

从上述对三个文本的分析结果来看, 当组织面临对其自身合法性有破坏影响的事件时, 作为组织与外界进行沟通的重要方式之一的话语表达, 往往可以运用一定的修辞策略来达到修复合法性的目的。话语、修辞、合法性存在着密切的关联。本文对三个声明的分析结果如表 8 所示。

表 8 对三则文本分析结果的汇总

策略 \ 文本	戏剧要素分析 (主导要素)	同一策略分析	语篇结构分析
K1	动作	同情同一	描述、承诺
K2	动作; 场景	同情同一; 对立同一	描述、纠偏、承诺
M1	动作; 场景	同情同一; 对立同一	描述、纠偏、承诺

资料来源: 本文整理

(1) 合法性话语构建中的戏剧主义五要素。从三个文本的分析结果中可以看出, 动作要素和场景要素是组织合法性话语构建过程中的关键要素。

在文本 K1 中, 中国百胜以大篇幅介绍其今后要采取的行动, 像“…停止向…采购”“从…完成调货”“暂停…”“审视、评估…的监督管理体系”“再行公布具体措施”等; 而在 K2 文本中, 中国百胜更是以列条目形式将其已经和准备展开的行动清晰地呈现出来; 在 M1 文本中, 麦当劳中国也以大量的篇幅介绍其在“福喜事件”发生后所采取的行动, 包括“终止…的业务合作”“调整…河南福喜”“向…采购部分产品”“提供…的食品”等。大篇幅的动作要素一方面表明企业对“福喜事件”的态度, 另一方面也表现出企业对未来改革方向的把握和信心。这种信息传递给听众时, 听众会认为企业是靠谱的企业, 未来仍然可以值得信任。

在 K2 文本和 M1 文本中, 大量的场景信息也充斥其中。这些场景信息主要是交代了“福喜事件”的过程和影响, 直接表明企业对“福喜事件”的态度, 此外, 也让听众对“福喜事件”有更多客观的认识, 减少因大众的误会而产生的恶劣影响。场景要素渲染了福喜集团在整个事件中的错误行径, 将肯德基和麦当劳等涉事企业从舆论漩涡中脱离开来。

(2) 合法性话语构建中的同一策略。从三个文本中结果可以看出, 同情同一和对立同一是使用最多的策略。

同情同一是指由在感情、价值等方面相同或相似而引起的同一的认识, 当然, 在“福喜事件”发生时, 大部分消费者对肯德基和麦当劳是不存在同情同一的基础的, 也就是在价值观念的不同导致众多消费者对涉事企业的憎恶, 中国百胜和麦当劳中国在所公布的公开信和声明中, 首先, 是通过还原事件的描述来表达自己的受害者一方, 其次, 通过致歉来赢得消费大众的认可, 最后, 通过承诺来取得大众对其未来的信任。这样, 不论是从观点上、感情上还是价值观上, 消费大众对肯德基和麦当劳都有一种认可, 而这正是同情同一的基础。

对立同一是指修辞者与听众因在某方面拥有共同的敌人而同一,也就是“敌人的敌人是朋友”的逻辑,在最初,大众和媒体的矛盾点在肯德基和麦当劳使用福喜原料的企业身上的,中国百胜和麦当劳中国通过对事件的重新描述和解释,纠正了大众对肯德基和麦当劳的看法,并声色俱厉地一致将矛头指向福喜集团,当面临共同的敌人时,对立同一的基础亦即产生。

(3) 合法性话语构建中的话语结构。Suchman(1995)^[1]指出,对组织合法性的管理包括合法性的获取、合法性的维持以及合法性的修复,当然三者并不能十分清晰地分割开来,特别是在现实的企业管理实践中。他指出了组织在修复合法性时所采用的一般策略——否定、述由、评判以及解释等,许多案例研究也对合法性的修复过程进行了探讨(Suchman,1995)^[1],而这也体现在组织的话语表达过程中。本文通过对三个文本的分析,也验证了组织合法性修复的一般策略,聚焦在文本上,本文认为,合法性的话语构建中语篇结构也需遵循一定的步骤和策略。

通过对三个文本内容上的分析,本文总结整理出合法性话语构建的三个步骤:描述、纠偏、承诺。

五、分析和讨论

1. 结论与讨论

从以上分析中可以看出,话语在组织合法性的修复中起重要作用。组织可以通过修辞策略来实现组织合法性的话语构建。企业总是嵌入在外部制度环境中,并会承受着外部制度存续和变革而引起的制度变化所带来的合法性破坏,特别是当组织面临一定危机事件时,其合法性会遭到严重的破坏。在这样的情境下,组织就面临组织合法性的修复和重建问题。话语与合法性之间存在天然的内在关联(Morris,1946^[19]; Meyer and Rowan,1977^[20]),这也确立了话语在组织合法性大厦中的基石性地位(Berger and Luckman,2009)^[3]。同样,修辞在制度变革和合法性构建过程中也扮演着重要的角色(Suddaby and Greenwood,2005)^[6]。

本文运用伯克的戏剧主义修辞理论和同一理论,以“福喜事件”发生后肯德基和麦当劳官网上所公布的公开信和声明为研究对象,初步探讨和总结了修辞在组织合法性的话语构建过程中所起到的作用。研究发现,当组织遭遇危机事件而带来组织合法性破坏时,组织及时对外公布一系列文本将有利于合法性的修复和重建。在文本中,企业主体通过对戏剧主义五要素地位的合理安排和同一策略的有效运用,合理安排文本的语篇结构,能够对合法性的构建起到积极的作用。本文的研究结论主要包括以下几点:

首先,在组织合法性的话语构建过程中,组织可以通过合理安排戏剧主义五要素,并着重突出某几个要素来实现其修辞目的。在这个案例中,动作要素与场景要素发挥重要作用。戏剧主义主张语言是具有修辞性特征的。换句话说,就是语言具有劝说性。正如Burke所述“哪里有劝说,哪里就有修辞,哪里有意义,哪里就有劝说”(邓志勇,2008)^[30]。修辞者对五要素的搭配以及将哪一个要素视作影响其他要素的关键点,表明了修辞者在一个环境下不同方式中他倾向于哪一个。换句话说,就是话语表达者对环境的描绘显示出其觉得在这种情境下应当做出怎样的反映和表达。通过对K1、K2及M1三个文本的分析可以看出,动作要素和场景要素在文本中是具有决定性意义的关键要素,这就表明了企业组织在面临危机事件时对于修复组织合法性的话语要素偏好,动作要素表明了企业组织对危机事件的基本态度和对未来的承诺,众多的动作要素能够让涉事企业尽快获取同情及信任;而较多场景要素的描述可以让大众及相关利益群体重新认识危机事件,纠正企业组织在大众心中的形象认知偏差,通过描述来渲染一种“同仇敌忾”的氛围,获得与大众的对立同一;而两种戏剧要素的有机结合互为映衬,则更有效地重新构建起组织的合法性。

当然,修辞的功能就是促进人们之间的合作(邓志勇,2011)^[17],处在危机事件中的企业组织也

是希望通过对话语中戏剧主义五要素的有机组合以及对其中某些要素的突出来实现这种功能。从哲学观层次上来看,修辞者对某些要素的凸显表明了其基本价值观和世界观,戏剧主义要素中对场景要素的关注体现了修辞者的唯物主义观,而对动作要素的关注则体现了修辞者现实主义观(邓志勇 2011)^[17],从现实和物质的基本哲学观点出发来构建组织合法性,这也符合“现实的社会构建”中的基本观点。

其次,在组织合法性的话语构建过程中,企业主体可以使用同一策略来获得大众的认同,实现其修辞动机,其中,同情同一和对立同一发挥着非常重要的作用。同一是修辞者进行修辞的目标,作为伯克修辞理论中的核心词语,同一既是劝说的起点,也是劝说的目的。针对不同的话语情景,同一的策略也分为三种:同情同一、对立统一以及无意识同一,在此不再赘述。从心理学的角度上讲,同一所达成的效果就是个体态度的变化,与同一的形式相对应,态度的变化也有三种形式态度的形成:原本没有态度而经过修辞劝说形成态度、态度的增强或减弱;原本对某件事有其原来的态度,经过劝说和修辞对原本的态度进行强化或弱化、态度的改向;个体抛弃原有的态度而形成其他的认知。在案例中,通过对三则文本的分析也不难发现,各种话语要素的搭配和突出,本质上也是为了试图对大众及相关利益群体的态度进行变化。

当然,“福喜事件”发生后,由于快餐企业所处的与大众直接接触的位置上,大众的愤怒和情绪不可避免地朝向这些企业(当然,就事情发生的整个过程来讲,上游的供应商企业与下游的生产销售企业在事件中都应当承担必要的责任)。也就是说,大众对事件的态度是原本就有的,至于对态度的变化,只能从对态度的减弱以及改变上着手。那么,正如前文对动作要素的分析一样,动作要素所带来的效果是对大众憎恶企业的态度的减弱,通过对当前行动的执行和对未来行动的承诺,降低大众对企业的憎恨和厌恶,从而获得同情同一,获得大众的基本认可;而场景要素所带来的效果则是对大众憎恶企业的态度的改变,通过对客观事实的描述和对大众心中对企业组织形象认知偏差的纠正,来转移大众聚焦的矛盾,实现大众态度的改变,从而获得对立同一的效果。

除去事实描述以及大众态度变化的存在,中国百胜及麦当劳中国在此次“福喜事件”中声明和公开信,对修辞和话语策略的选择和使用无疑是具有重要意义,通过打“同情”牌和“对立”牌,一方面获得大众对企业组织态度的减弱;另一方面获得大众对企业组织态度的改变,这对处在危机中的企业组织具有很好的借鉴意义。

第三,在组织合法性的话语构建过程中,企业主体可以通过恰当的语篇结构来实现自己的修辞动机。通过分析发现,组织合法性构建的语篇从结构上讲包括三个部分:描述、纠偏和承诺。文本的谋篇布局体现着整个文本的宏观层次和修辞者的话语策略,通过三则文本的分析,本研究发现,它们在谋篇布局上具有很大的共同特点,文本的主体部分一般均包括三个层次结构:描述、纠偏和承诺。描述部分大多是与对“福喜事件”的背景事件相关,对事件重新描述的目的,一是交代文本的背景,二是转换立场进行事件描述来获得大众的清晰认识,为第二阶段的纠偏做好铺垫。纠偏部分的话语大多数是与涉事企业对此次事件责任的划归,该部分话语的目的是对大众心中所形成的事件负责人的固有认知进行纠正,将矛头和大部分责任转移到对上游供应商企业身上,从而降低大众对中国百胜和麦当劳中国的攻击性。第三部分是承诺部分,承诺部分的文本涉及全部的动作要素,正如前文对动作要素的分析一样,承诺于当前和未来的行动能够给大众塑造一种“改邪归正”的组织形象,从而获得大众的认可和同情。

最后,在组织合法性的话语构建过程中,戏剧主义五要素策略、同一策略、语篇结构策略的相互搭配,统一整合来实现合法性的构建。动作、场景要素的凸显,同情同一、对立同一策略的相互搭配,以及描述、纠偏、承诺语篇结构的组合,三者为了同一目的,在修辞和话语策略中相互映衬,奠定了组织合法性构建的基础。三个部分有着深刻的关联,如图1所示。

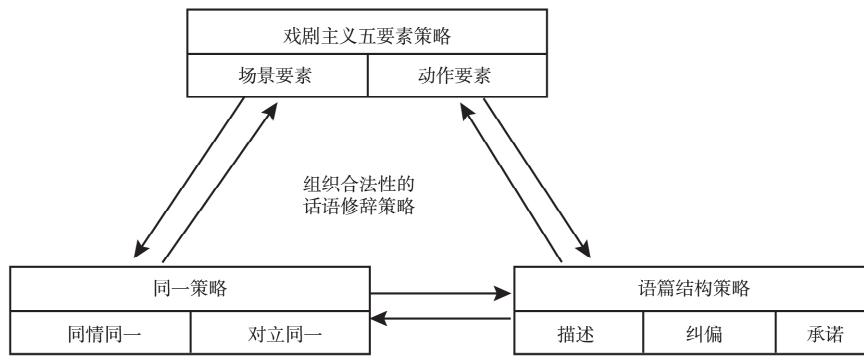


图 1 三部分修辞策略的内在联系

资料来源: 本文绘制

如图 1 所示,在组织合法性的话语构建过程中,修辞策略与语篇结构策略的相互映衬改善了组织面临危机事件时的窘境。其中,场景要素的突出能够实现组织与大众之间的对立同一,而与语篇结构中的描述、纠偏相对应,如图 2a 和图 2b 所示;而动作要素的突出能够实现组织与大众之间的同情同一,而与语篇结构中的承诺相对应。

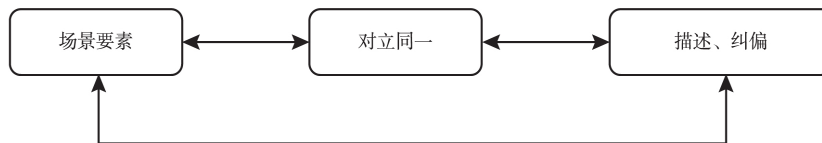


图 2a 场景要素部分关系

资料来源: 本文绘制



图 2b 动作要素部分关系

资料来源: 本文绘制

此外,本文试图将组织、话语、合法性、修辞以一个整合的模型框架进行梳理,更为清晰地呈现出合法性与话语的关系以及修辞在合法性的话语构建过程中所起到的作用,且对当前企业面临危机事件时的危机管理提供了另一种解决思路,如图 3 所示:

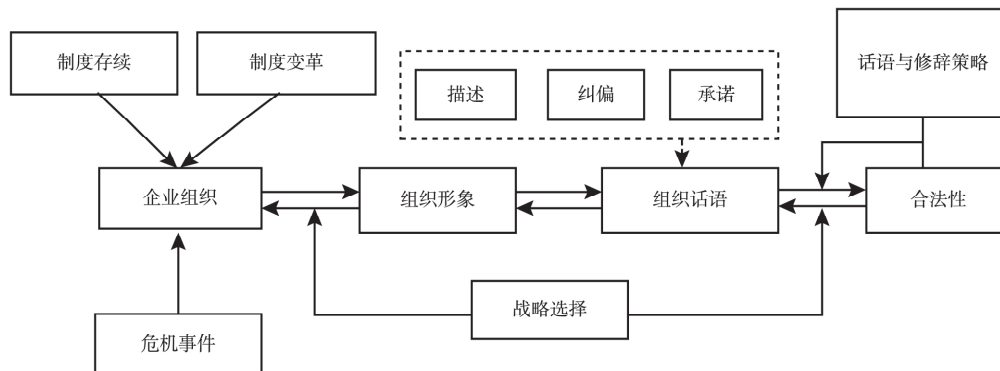


图 3 修辞视角下组织合法性的话语构建过程

资料来源: 本文绘制

本模型更多关注危机事件发生后企业的话语应对策略,企业的战略与危机管理应当有机结合起来,将危机管理提升到战略管理的高度(陈子彤、王旗林,2000^[31];崔晓明等,2013^[32];张亚莉等,2006^[33])。处在制度环境中的企业组织时刻面临制度存续和制度变革带来的挑战,甚至时有发生危机事件对企业组织的组织形象及合法性构成很大的威胁,在企业战略的指导下,处在危机中的企业通过声明或公告等话语形式向公众及其他利益相关者传递信息,通过组织话语来重新构建和修复已被破坏的组织形象,为危机管理下一步工作奠定基础,通过描述、纠偏、承诺等意义的传递以及在文本中对话语与修辞策略的应用来重新构建组织的合法性。

2. 研究创新

本文从修辞理论视角出发,以肯德基和麦当劳在“福喜事件”中的话语表达应对危机事件而进行合法性修复为研究对象,试图找到组织在危机事件后构建和修复组织合法性的修辞策略,并总结出组织合法性修复的话语修辞模式,找到话语、修辞、合法性之间的深层联系。具体来讲,本文的研究内容创新之处主要有以下几点:第一,从话语的角度来看待合法性问题。从话语角度看待组织合法性问题在当前学术界是比较少见的(彭长桂、吕源,2014^[24]),尽管很多文献指出了组织的表达与合法性之间会存在非常密切的联系,但是,少有学者对合法性构建的话语过程进行剖析和研究。本文便是从话语的角度来看待组织合法性的问题,试图找到组织构建合法性的话语策略和模式;第二,从修辞的角度来看待合法性问题。Suddaby and Greenwood(2005)^[6]指出了修辞在组织合法性构建过程中的重要作用,本文试图从修辞大师Burke的戏剧主义五元素理论和同一理论出发,对组织合法性构建的话语表达进行分析,试图找到组织合法性话语表达的修辞模式、背后动机以及同一基础等;第三,将话语与修辞策略应用在企业的危机管理中,并从话语的角度为企业处理危机事件提供了新的角度。本文构建了组织、话语、修辞、合法性之间的模型关系,并将其与企业的危机管理有机结合,在企业战略的指导下,利用话语和修辞对已遭破坏的合法性进行重建和修复。

3. 研究不足与展望

本文从话语的视角看待组织合法性的话语构建,并将伯克的修辞理论引入到分析中,结合企业的危机管理,给出了建设性的建议,本文具有一定的创新性。当然,由于知识积累的不足、时间的有限等原因,本文仍具有较多的不足与较大的改进空间,主要有以下几点:

首先,本文采用的是文本分析的方法,并以修辞学大师伯克的戏剧主义修辞理论框架来分析面临危机事件中组织合法性修复的话语构建,这种方法在以前的研究中是鲜有出现的,尽管本文在数据收集、数据分析过程中尽量依照研究规范来展开,但仍然难以完全规避本分析范式在管理学中的局限;其次,本文选取的分析对象是“福喜事件”发生后中国百胜集团与麦当劳中国在官网上发表的声明和公开信,从数量上,本文共选取了三则文本,共计1665字,从文本字数总量和文本数量上看并不多,且只选取了两家涉事企业,对于结论的扩展性有一定的影响;第三,本文尽管从修辞视角对组织合法性话语构建过程进行分析,但本文并未对不同组织合法性类别与修辞技巧进行对应,未来将从更多渠道获取数据,如通过对政府的相关反馈、大众的认知、相关利益群体的访谈等角度对不同类别组织合法性的构建过程进行相应研究;最后,本文研究的是企业组织合法性构建的话语与修辞策略,但是,对其效果缺乏有效的认知,出于事件发生于2014年,对于该事件对企业产生的影响以及声明和公开信所产生的效果本文并未涉及,因此,在合法性的话语过程中缺乏策略成功的举证。

基于上述不足,本文还有诸多地方需要完善,对于未来的研究展望,本文认为,可以通过筛选更多合适的案例和文本进行分析,以图达到完善的结论,也可以针对事实进行合法构建成功及失败的

案例 进行文本的修辞分析 ,并从中找到合法性成功构建的修辞策略与合法性失败构建的修辞策略。

参考文献

- [1]Suchman M C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches[J]. Academy of Management Review ,1995 20 (3) : 571 - 610.
- [2] Ruef M ,Scott W R. A Multidimensional Model of Organizational Legitimacy: Hospital Survival in Changing Institutional Environments[J]. Administrative Science Quarterly ,1998 43 (4) : 877 - 904.
- [3]Berger P L ,Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge[M]. Penguin UK ,1991.
- [4]Hoffman D M. Institutional Legitimacy and Co-management of a Marine Protected Area: Implementation Lessons from the Case of Xcalak Reefs National Park ,Mexico[J]. Human Organization 2009 68 (1) : 39 - 54.
- [5]Arndt M ,Bigelow B. Presenting Structural Innovation in an Institutional Environment: Hospitals' Use of Impression Management [J]. Administrative Science Quarterly 2000 45 (3) : 494 - 522.
- [6]Suddaby R ,Greenwood R. Rhetorical Strategies of Legitimacy [J]. Administrative Science Quarterly 2005 50 (1) : 35 - 67.
- [7]Burke K. On Symbols and Society[M]. University of Chicago Press ,1989.
- [8]Scott W R. Institutions and Organizations [J]. Cinema Journal 2001 24 (8) : 469 - 470.
- [9]高丙中 . 社会团体的合法性问题 [J]. 北京: 中国社会科学 2000 (2) : 100 - 109.
- [10]Zimmerman M A ,Zeitz G J. Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy [J]. Academy of Management Review 2002 27 (3) : 414 - 431.
- [11]Elsbach K D ,Kramer R M. Members' Responses to Organizational Identity Threats: Encountering and Countering the Business Week Rankings [M]. New York: Oxford University Press 2004.
- [12]陈怀超 陈安 范建红 . 组织合法性研究脉络梳理与未来展望 [J]. 北京: 中央财经大学学报 2014 (4) : 87 - 96.
- [13]Scott W R. The Adolescence of Institutional Theory [J]. Administrative Science Quarterly ,1987 32 (4) : 493 - 511.
- [14]Lawrence T B ,Hardy C ,Phillips N. Institutional Effects of Interorganizational Collaboration: The Emergence of Proto-Institutions [J]. Academy of Management Journal 2002 45 (1) : 281 - 290.
- [15]Phillips N ,Lawrence T B ,Hardy C. Discourse and Institutions [J]. Academy of Management Review 2004 29 (4) : 635 - 652.
- [16]顾曰国 . 西方古典修辞学和西方新修辞学 [J]. 北京: 外语教学与研究: 外国语文 ,1990 (2) : 13 - 25.
- [17]邓志勇 . 修辞理论与修辞哲学: 关于修辞学泰斗肯尼思·伯克的研究 [M]. 北京: 学林出版社 2011.
- [18]Saussure F. de. Course in General Linguistics [M]. Translated by Harris ,R. ,Oxford: Pergamum Press ,1915.
- [19]Morris B C. Signs ,Language and Behavior [J]. Ethics ,1946 (4) : 31 - 37.
- [20]Meyer J W ,Rowan B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony [J]. American Journal of Sociology , 1977 83 (2) : 340 - 363.
- [21]James Paul Gee. An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method [M]. 北京: 外语教学与研究出版社 2000.
- [22]王士元 彭刚 . 语言 ,语音与技术 [M]. 上海教育出版社 2006.
- [23]Vaara E ,Tienari J ,Laurila J. Pulp and Paper Fiction: On the Discursive Legitimation of Global Industrial Restructuring [J]. Organization studies 2006 27 (6) : 789 - 813.
- [24]彭长桂 吕源 . 组织正当性的话语构建: 谷歌和苹果框架策略的案例分析 [J]. 北京: 管理世界 2014 (2) : 152 - 169.
- [25]彭长桂 吕源 . 制度如何选择: 谷歌与苹果案例的话语分析 [J]. 北京: 管理世界 2016 (2) : 149 - 169.
- [26]吕源 彭长桂 . 话语分析: 开拓管理研究新视野 [J]. 北京: 管理世界 2012 (10) : 157 - 171.
- [27]Fowler ,R. ,Language in the News: Discourse and Ideology [M]. London: Routledge ,1991.
- [28]Yin ,R. K. . Case Study Research: Design and Methods(4th ed.) [M]. Blackwell Science Ltd 2009.
- [29]Eisenhardt K M. Building Theories from Case Study Research [J]. Academy of Management Review ,1989 ,14 (4) : 532 - 550.
- [30]邓志勇 . 修辞批评的戏剧主义范式略论 [J]. 北京: 修辞学习 2008 (2) : 36 - 40.
- [31]陈子彤 王旗林 . 企业战略管理与危机管理的结合 [J]. 武汉: 科技进步与对策 2005 (4) : 118 - 120.
- [32]崔晓明 姚凯 胡君辰 . 基于利益相关者的危机管理理论研究——来自 2008 - 2012 年危机管理成败案例的证据 [J]. 北京: 中国工业经济 2013 (4) : 120 - 132.
- [33]张亚莉 蔡建峰 杨朝君 . 一种企业危机管理与战略管理的整合模型 [J]. 太原: 生产力研究 2006 (6) : 243 - 244.

Discourse Construction of the Organizational Legitimacy Based on the Perspective of Rhetoric: A Case Study of Yum and Mcdonald's

WU Shou-qiang ,FENG Yun-xia

(Business School ,Renmin University of China ,Beijing ,100872 ,China)

Abstract: Under the background of globalization ,it has been of big importance for organization's communication and sense-making to build a good imagine and legitimacy , especially in crisis moment. This study is based on the Fuxi event happening in 2014. 7 taking the announcements of Yum Restaurants China (Representing by KFC) and McDonald as the discoursing analysis text. This study takes the Burke's Drama criticism method as study method to discuss the process of the legitimacy building and explore the deep relationship between legitimacy and rhetoric.

There is a close relationship between language and the construction of legitimacy. Berger and Luckmann once said the legitimacy building was based on language. Discourse and communicating is of big importance for organizations , especially for the organizations faced the crisis management. Peng and Lv explored the legitimacy constructing and the institution by discourse analysis method in 2014 and 2016. However , they forgot the rhetorical strategy during this process.

Kenneth Burke is a master of rhetoric. He creates the rhetorical analysis method which was called the paradigm of Dramatic rhetorical analysis. There are two important concepts in this method , dramatic 5 elements and the agreement strategy. Burke points out that there are 5 elements during the dialogue process , which are the action , actor , purpose , scene , and means. These elements can be combined each other , forming 20 relationship pairs. These relationship pairs will reveal the structure of the discourse and the motivation behind. Besides , Burke believes there are 3 agreement strategies , which are sympathy agreement strategy , opposing agreement strategy and unconscious agreement strategy. There is a basic hypothesis when using discourse analysis to explore the legitimacy construction process , which is the language can create the institutions and the institutions will promote or restrict organizations' action. So far , there are a few papers to explore the relationship between discourse and legitimacy in China , and none of them take a rhetoric perspective. So in this paper , we will explore the process of legitimacy construction by discourse under the perspective of rhetoric analysis using Burke's method.

During the process of discourse analysis , this study takes a rhetoric strategy analysis by 3 texts , especially focusing on the elements of the Drama , the relational-pairs , agreement strategies , and the structure of the texts. We find that organization will pay more attention to the process of organizing the discourse. Especially speaking , organizational discourse focuses more on the scene element and action element , integrating which to get agreement with the audience.

We take 4 steps to analysis these texts. Firstly , we identify the rhetorical elements in these texts by Burke's Drama Rhetorical method. Then we deeply explore the relationship between these elements , finding the rhetorical relationship pairs. Thirdly , we discuss the Agreement strategies. Finally , we will analysis the construct of the texts , finding the discourse motivation behind and concluding the discourse logic during the process of the legitimacy repairing.

Four conclusion have been concluded in this study: (1) During the process of the legitimacy discourse building , the text can catch the point by arranging the Five elements reasonably in the rhetoric process , especially highlighting the Action and Scene; (2) During the process of the legitimacy discourse building , the text can use the Identity strategy to get agreement by the public , especially the Sympathetic Identity and the Antithetic Identity; (3) During the process of the legitimacy discourse building , the text can arrange its text structure by its rhetoric motivation , such as description , Rectifying , Committing; (4) Lastly , this study conclude a model to explore the relationship between legitimacy and rhetoric. The implication of this paper is using the Rhetoric to understand the process of legitimacy building , bring good effects to the theory building. In theory , this paper is helpful to perfect the theory frame of the legitimacy. This study also has big practice implication. Institutional changes happen in every second , which brings challenges for the enterprise especially the multinational company.

Key Words: organizational legitimacy; rhetoric strategy; identity strategy; discourse analysis.

JEL Classification: D23 ,J29 ,M10

DOI: 10. 19616/j. cnki. bmj. 2018. 01. 006

(责任编辑: 月 才)