

# 企业组织正当性管理的修辞策略

邓晓辉, 李志刚, 殷亚琨, 武琼

**[摘要]** 企业组织本身及其经营管理行为必须有正当性支持, 判别正当性的核心标准是用修辞表述的各种制度逻辑。因此, 修辞策略成为企业组织实施正当性管理的主要工具。修辞策略对正当性管理的影响通过认知和劝服两种机理来实现, 前者主要是一种意义制造过程, 后者主要是一种意义赋予过程。制度环境对以修辞策略管理正当性的过程具有调节功能, 作为制度内核的制度逻辑则在修辞策略和正当性之间发挥中介作用。根据制度状态的稳定还是不稳定、制度内容主要来自企业特有制度逻辑还是普适性制度逻辑, 可以把企业实施正当性管理的制度环境划分为四种类型。企业可通过识解制度环境类型, 灵活选用修辞策略。在稳定的制度环境中, 企业的正当性管理可以采取遵循主导制度逻辑的修辞策略, 也可以采取回避主导制度逻辑的修辞策略, 或对遵循策略与回避策略整合运用; 在不稳定的制度环境中, 企业的正当性管理可以采取批驳原有主导制度逻辑的修辞策略, 也可以采取直接架构新主导制度逻辑的修辞策略, 或采取象征性遵循与实质性架构相结合的两面策略。学术界应依托近年来中国企业的丰富修辞实践开展经验研究, 并把修辞策略的施效研究作为重点。

**[关键词]** 企业组织; 正当性; 修辞策略; 制度环境; 制度逻辑

**[中图分类号]**F274 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1006-480X(2018)04-0137-19

## 一、引言

随着媒体日益发达, 近年来越来越多的中国企业陷身于形形色色的论辩。这些论辩来自经营实践, 却又经常关乎经营以外的“合理”与“不合理”、“应该”与“不应该”、“道德”与“不道德”等, 如阿里巴巴和香港交易所之辩、万科管理层和“野蛮人”之辩、百度和公众及媒体之辩等。具体辩题虽然各异, 究其本质都是正当性(Legitimacy)问题, 论辩又总是通过企业及其管理者的修辞来呈现, 二者共同构成本文的主题——企业组织正当性管理的修辞策略。

正当性是指“在规范、价值观、信仰和规定等社会化建构体系中对某实体的行动是否可取、恰当或适宜的一种普遍认识或假定”(Suchman, 1995)。所谓“社会化建构体系”, 其实就是制度(斯科特,

**[收稿日期]** 2017-09-19

**[基金项目]** 国家自然科学基金面上项目“产业集群内裂变型新创企业生成机理研究”(批准号 71572186)。

**[作者简介]** 邓晓辉, 中国海洋大学管理学院讲师, 经济学博士; 李志刚, 中国海洋大学管理学院副教授, 管理学博士; 殷亚琨, 中国海洋大学管理学院硕士研究生; 武琼, 中国海洋大学管理学院硕士研究生。通讯作者: 邓晓辉, 电子邮箱: xiaohui1978@hotmail.com。论文的早期版本曾在中国海洋大学管理学院“学术恳谈会”上报告, 得到权锡鉴教授、姜忠辉教授点评, 在此致谢。感谢匿名审稿专家和编辑部的宝贵意见, 文责自负。

2010)。制度的核心乃是制度逻辑(Institutional Logics)(Friedland and Alford, 1991; Thornton and Ocasio, 1999, 2008; Rao et al., 2003; Lee and Paruchuri, 2008), 制度逻辑会创生特有的制度内容(Institutional Content), 如果脱离制度内容, 就无法解释社会关系会对组织与个人行为产生何种影响(Friedland and Alford, 1991)。企业作为一种社会组织, 一定受制于各类社会制度; 与此同时, 企业又是有着明确利益取向的盈利组织(Friedman, 1970)。这种双重属性使得企业组织面临更为复杂的正当性管理问题, 尤其是那些身处不稳定制度环境中的企业(如转轨经济中的企业)(George et al., 2006) 或双重制度环境中的企业(如跨国公司)(Kostova and Zaheer 1999; Vaara and Tienari, 2008, 2011; 彭长桂和吕源, 2014, 2016)。

正当性是一种被组织客观拥有却又只能被主观创造的属性。所谓主观, 就是指认知与沟通是正当化过程中最核心的因素(Suchman, 1995; Tost, 2011; Lammers, 2011; 彭长桂和吕源, 2014; Harmon et al., 2015), 用以判别正当性的制度逻辑和制度内容也总是以语言形式呈现。正当性管理由此和话语、修辞建立了密切关联。文献对于正当性管理的语言属性已经有较多研究(Berger and Luckmann, 1966; Suchman, 1995; Philips et al., 2004; Suddaby and Greenwood, 2005; Sillince and Suddaby, 2008; 彭长桂和吕源, 2014), 但只有少量文献正面研究正当性管理过程中语言的策略性规律, 造成理论研究和企业管理实际需要之间巨大的鸿沟。

有鉴于此, 本文将紧密围绕企业正当性管理的需要, 对国内外主流组织管理学术文献进行梳理, 辅以文献中及中国企业正当性管理实践中的典型事例, 演绎出企业组织以修辞策略实施正当性管理的基本机理、典型制度环境和主要策略选择, 以资后继研究和企业实践借鉴。本文的以下部分首先界定核心概念并回顾主要研究文献, 在此基础上, 从三个层面讨论企业组织正当性管理的修辞策略: ①通过嫁接修辞与组织管理的相关概念, 明确界定修辞策略并区分其作用于企业组织正当性管理的两种基本机理; ②根据制度状态和制度内容两个维度划分出四种典型的制度环境类型; ③以制度逻辑为中介, 阐述不同制度环境中企业组织实施正当性管理的修辞策略。最后做出研究展望。

## 二、核心概念和理论渊源

### 1. 修辞还是话语

修辞(Rhetoric)和话语(Discourse)都是对语言活动的描述。在对管理实践的研究中, 语言和沟通被视为组织管理的关键问题(巴纳德, 2013; 西蒙, 2004), 明兹伯格(2012)认为管理者在 3/4 的时间里都是一种话语存在(Discursive Beings)。在管理理论构建和传播中, 所有新的管理时尚(Fashion 或 Fad)都是通过修辞活动建立的(Abrahamson, 1997; Abrahamson and Fairchild, 1999)。受 20 世纪西方现代哲学和后现代思潮影响, 管理研究也出现了语言转向(Linguistic Turn), 相关研究越来越多地出现在主流管理学术期刊中(吕源和彭长桂, 2012)。

话语概念具有一般性(Vaara and Tienari, 2008), 国内有学者把话语和话语分析作为总括概念(吕源和彭长桂, 2012; 张慧玉和杨俊, 2016)。但由于话语分析(特别是主流的批评话语分析)的主要目标在于解释话语并发现话语背后的社会权力关系(Reed, 2000; Fairclough, 2005; Phillips et al., 2004; Leitch and Palmer, 2010), 因此不是特别强调话语对于“说话者”的策略意义。而且, 由于话语概念的外延太大, 这一领域也出现了滥用概念或误用概念的情形, 有学者甚至毫不夸张地说, 关于组织话语完全可以写出两本没有任何内容重叠的著作来(Alvesson and Kärreman, 2000)。

就语言活动这一研究对象来说, 修辞与话语并无实质区别(Alvesson, 1993; Vaara and Monin, 2010)。使用两个概念的管理学者属于同一个学术共同体, 可以无障碍地合作与交流。不过, 与话语

相比,修辞和战略或策略的关联度更高。这与修辞研究的传统密切相关,修辞术从诞生之初就被定义为“在每一事例上发现可行的劝服方式的能力”(亚里士多德,1994),早期的修辞研究直接服务于辩论和写作(刘亚猛,2008)。在管理文献中,修辞策略(Rhetorical Strategies)本身就是较为常见的关键词(King and Kugler, 2000; Suddaby and Greenwood, 2005; Jones and Livne-Tarandach, 2008),许多论及策略的组织话语文献虽然不使用修辞策略概念,却都不得不借助具体的辞格,如类比(Analogy)(Etzion and Ferraro, 2010; Cornelissen et al., 2011)、隐喻(Metaphor)(Cornelissen, 2005, 2006; Heracleous and Jacobs, 2008)、转喻(Metonymy)(Musson and Tietze, 2004; Cornelissen, 2008)、反讽(Irony)(Sewell and Barker, 2006)等。因此,修辞是组织话语中有着明确策略导向的子集,这一子集对企业管理实践有更加直接的参考价值。本文的研究目标是归纳出不同制度环境中企业实施正当性管理时可能采取的修辞策略,显然,修辞概念与本文研究目标更加契合。

## 2. 被管理学者援用的主要修辞理论

管理学者根据研究需要最大限度简化了修辞理论的脉络,一概以经典修辞理论和新修辞理论划分。前者主要来自亚里士多德的《修辞术》(Cornelissen, 2005; Green et al., 2009),后者则主要来自美国当代修辞学家伯克(Burke)的理论(Sillince, 2005; Jones and Livne-Tarandach, 2008; Harmon et al., 2015)。二者基本限定了当前企业组织修辞研究的视角。

(1)经典修辞理论。总体上,经典修辞理论强调劝服和影响他人。亚里士多德为此提供了可操作性较强的框架,如三段论(Green et al., 2009)、三诉诸(Green, 2004)都被管理学者援用。显然,参照新制度主义的框架,经典修辞理论重视修辞者的能动性,许多组织文献乐于采纳这种直观的理解,据此解释制度创业和组织正当性管理。不过,这种视角忽略了制度对能动性、对修辞功能和效果的约束,由此引出了一种悖论:制度是稳定而不易变化的深层话语结构(Deep Discursive Structure)(Heracleous and Barrett, 2001),应该有较强的约束力,个体和组织总是嵌入一定制度环境中并依赖相关物质资源和社会资源生存,他们怎样用“表层”的修辞去改变深层话语结构?又怎样在一己私利驱动下去对抗制度压力(Lepoutre and Valente, 2012)?

(2)Burke的新修辞理论。为了化解上述“欠社会化问题”,一些学者开始引介修辞学的新理论,其中最主要的是美国学者Burke(1966, 1969a, 1969b)的理论。在伯克(Burke)的理论中,动机(Motive)是首要的关键词,无动机的人类行为是活动(Motion),有动机的才是行动(Action),行动的重要标志就是对象征和修辞的使用。虽然强调动机,但伯克反对滥用象征和修辞,他认为理想的修辞旨在达成不同主体间的协作,所以应该用“认同”(Identification)取代“劝说”(Persuasion)。虽然修辞要有新奇性和变化,但最终决定修辞效果的是受众的认同。特别地,修辞者越是希望在某一方面改变受众的意见,越是要确保他们和受众在其他方面的意见是一致的。所以,伯克的理论兼顾了能动性和制度约束。除此以外,伯克对于修辞的认知功能也有许多真知灼见,提出了一种不同于现代科学主义认识论的主观认知,这些观点已经散见于维特根斯坦、图尔敏和巴赫金等哲学家的著作(刘亚猛, 2008),但伯克的论述更为系统。如辞屏(Terministic Screen)概念强调语言对现实的反映如同镜头,是有选择的“折射”,而非客观真实的反映;再如不协调而获视角(Perspective by Incongruity)强调可以借助不同视角(术语)的反差以得到对事物的新理解。这些观点都彰显了修辞认知的特性——主观主义和多方互动。

(3)管理学者对修辞理论的运用和发展。Green and Li(2011)基于伯克的理论发展出修辞制度主义和制度嵌入能动性(Institutional Embedded Agency)。他们认为,区分经典修辞理论和新修辞理论有一个重要标准:前者强调人对语言的运用策略,后者则重视话语过程本身的各种效应(Boje et

al.,2004;Cornelissen,2005;Bitektine and Haack,2015)。比如,亚里士多德把隐喻辞格理解为一种对本体和喻体相似性的比较,但新修辞理论和以此为基础的管理文献则认为,本体和喻体的相似性并非客观存在,而是在修辞过程中被创造出来的,诸如学习型组织和组织身份这些概念都是主观创造的隐喻(Cornelissen,2005),这正体现了伯克的“辞屏”思想。再如,类比或比喻的重点不在于相似性,真正有创新的认知来自本体和喻体的差别。许多企业最初撰写可持续发展报告时,都关注其与财报的相似性并套用财报的模板,多次撰写后,二者的差别被逐渐认知,此时企业才可能真正接受可持续发展这一新的制度逻辑(Etzion and Ferraro,2010),这其实是对伯克不协调而获视角的发展。

总之,企业组织的修辞行为大都源于实践需要,并未有意识地效法修辞理论。相对于修辞理论和方法的稳定性,企业组织面临层出不穷的正当性管理难题,其修辞实践也是日新月异。在这种情况下,随意而零散地运用修辞理论来制定修辞策略无法满足现实需要,必须对修辞策略的基本作用机理及其在不同制度环境中的适用进行系统研究,据此为企业组织提供一种识解框架,使他们有效识解其正当性管理问题的属性并采取恰当的修辞策略。

### 三、修辞策略及其作用于正当性管理的基本机理

#### 1. 修辞策略的定义

Suddaby and Greenwood(2005)认为,修辞策略是对劝服性语言的审慎使用,以求正当化某种创新或抵制某种创新,其具体做法是在创新和主导制度逻辑间建立一致或矛盾。这一定义强调劝服并明确建立了修辞策略、制度逻辑和正当性的关系,但显然并没有体现修辞的全部功能。首先,该定义忽略了认同机制。修辞认同(Burke,1966)如何产生?管理学者普遍认为,价值系统和日常生活体验是认同的主要来源(Suchman,1995),成功的企业修辞策略是对受众潜在价值观的灵活运用(彭长桂和吕源,2014),潜在价值观一般是长期稳定的,这种稳定性使得设计修辞策略以实施正当性管理具有了可行性(Heracleous and Barrett,2001)。其次,该定义没有凸显修辞的认知功能。劝服和认同主要发生于企业战略的执行阶段,这只是修辞影响战略的一个方面。Sillince(2005)、Jones and Livne-Tarandach(2008)、Lee and Paruchuri(2008)、Mantere and Vaara(2009)、Green and Li(2011)、彭长桂和吕源(2016)等都论证了修辞在战略制定或选择过程中的认知功能。根据新修辞理论,修辞认知不同于追求客观、全面的科学认知,它是一种本位主义的、多方互动的、效果导向的主观认知(Burke,1966,1969a)。人们在理解外在人与事的时候,很难胸怀“赤子之心”(Institutionally Naive Way),他们一方面受到制度的约束,另一方面总是会调用自己的知识、经验以及在不同情境下恰当运用这些知识和经验的技巧(Friedland and Alford,1991)。

因此,对修辞策略的完整定义应该是企业将修辞运用于组织正当性管理的认知和劝服方法的总和。以下将运用组织研究领域的概念来解释修辞策略的作用机理。最上位的概念是架构(Framing)(Jones and Livne-Tarandach,2008;Cornelissen and Werner,2014),此概念下分为意义制造(Sensemaking)和意义赋予(Sensegiving),分别对应于认知和劝服(Gioia and Chittipeddi,1991;Lüscher and Lewis,2006;Fiss and Zajac,2006;Maitlis and Lawrence,2007)。

#### 2. 修辞策略的认知机理

认知主要是意义制造。意义制造是指将零散事实和信息按一定线索组合成完整意义或逻辑(Weick,1995;Fiss and Hirsch,2005)。意义制造可以由个人独立完成,对于和企业经营相关的正当性问题的认知大都是通过企业管理人员与员工之间、管理人员相互之间的修辞互动来实现的(Mantere and Vaara,2009;Vaara and Monin,2010;陈文波等,2011;Liu and Maitlis,2014;Gray et

al.,2015)。

修辞认知的机理有两种。一种是制度化或结构化的修辞。为了有效运用稀缺的认知资源,人们倾向于走捷径,用简洁高效的语言把新生事物归类定性(Jones and Livne-Tarandach,2008;Ocasio et al.,2015)。例如,当万科管理层把外部收购者称为“野蛮人”时,就高效率地完成了修辞认知。另一种修辞认知则是能动性的,相关修辞策略更具有灵活性和创造性(Cornelissen,2006),即人们把修辞作为认识手段,发挥能动性去解释那些难以理解的组织现象(Green et al.,2009)。比如,企业运用类比、隐喻等辞格对比新旧事物的异同,以此来引介新产品或新的组织实践(Etzion and Ferraro,2010;Sillince and Barker,2012)。对于那些组织内部和组织环境中固有的、很难辩解清晰的问题,企业可以运用反讽辞格做模棱两可的阐述。例如,关于组织内部监控(含技术手段和制度)问题,历来就有截然对立的观点,有人认为这是管理者的专制手段,有人则认为这是对组织成员安全的关爱。为了构建正当性,就必须制造兼容两种观点的意义。比如,有人会说“(现在的)监控是无效的,要进一步加强才行”,还有人会说“监控是个好东西,但千万不要针对我”(Sewell and Barker,2006)。“无效”和“加强”、“好”与“不要”都反映了修辞认知对矛盾性的兼容。以上两种修辞认知在组织活动中循环往复地发挥作用(Green et al.,2009),当现有制度的约束力较强时,结构化修辞多一些,反之,能动性的修辞多一些。

### 3. 修辞策略的劝服机理

劝服是意义赋予,旨在影响受众认知或让受众接受某一观念,主要通过劝服性或唤起性语言来实施(Gioia and Chittipeddi,1991),这正符合修辞的经典定义。在企业内,各级管理者是主要的意义赋予者,他们会介入并引导组织成员的意义制造过程,通过许多富有技巧的架构工具如隐喻、广告、对比、故事等来影响组织成员或利益相关者的意义制造(Lee and Paruchuri,2008),这被概括为话语能力(Discursive Ability)(Maitlis and Lawrence,2007)。

Tversky and Kahneman(1981)通过系列实验证实,当同一问题被以不同框架阐述(Framed)时,被试的偏好和选择呈现出 inconsistency。如假定美国面临某种疾病侵袭,采取不同措施会带来不同结果。当对结果的阐述强调被解救的人数时(Lives saved),被试表现出风险规避倾向,多数人选择确定性结果;反之,当对结果的阐述强调死亡(Die)的人数时,被试表现出风险偏好倾向,多数人选择随机性结果。作为心理学家,Tversky and Kahneman 的注意力并未触及修辞问题,但却为此提供了最基础的佐证。实验结果的显著差异本身就说明他们的意义赋予取得了成功。

意义赋予可以通过短期内高密度的修辞投入来实现。Lee and Paruchuri(2008)提出了一种组合修辞策略以提高劝服效果,为企业进入新兴市场的行为构建正当性,具体策略包括:要确保足够的曝光度(Volume)以消除陌生感,要有积极的主旨(Tenor),要从同类企业中(Source)挖掘可靠的经验,内容的关注点(Focus)要具有普遍意义。企业也可以通过对长期积累的修辞资源进行有技巧的取舍和架构来进行意义赋予,这些架构经常是厚此薄彼或顾此失彼的,厚薄顾失就反映了架构者的修辞策略空间(Anteby and Molnar,2012)。当多个认知主体面向同样的受众推广不同的意义时,还会产生架构竞争。这是劝服和认知的最大区别,因此劝服性修辞要使用更多、更复杂的辞格,如隐喻、转喻、提喻(Synecdoche)和反讽等(Burke,1969a)。比如,从行为实质看,“收购者”、“举牌人”、“野蛮人”等并无区别,但使用哪一个词却会对修辞的劝服效果产生影响。

意义赋予不能脱离意义制造,劝服也不能脱离认知,只有自己想明白了才能去劝服他人也接受(Weick,1995)。特别是当绝对真理并不存在时,劝服者只是在修辞意义上实现了认知(即在多种可能的意义中选择了一种),就更有必要去劝服他人接受自己的认知。在典型层级制企业中,意义制造

和意义赋予都是层级式的,每一级主要从上一级获得意义赋予,经过自身意义制造后,再把意义赋予下一级(Balogun and Johnson,2004;Lüscher and Lewis,2008),这种传递也同样存在于企业核心人员和外围利益相关者之间(Fiss and Zajac,2006;Maitlis and Lawrence,2007)。有时,意义制造和意义赋予还呈现双向流动,共同构成一个动态的意义过程(Cornelissen and Clarke,2010)。

#### 四、以修辞策略实施正当性管理的制度环境类型

##### 1. 修辞策略、正当性管理与制度的关系

对于修辞策略、正当性管理和制度的关系,Suddaby and Greenwood(2005)给出了最明确的传导机制:制度逻辑是修辞策略和正当性之间的中介,以修辞策略实施正当性管理,首先要陈述或论辩可以判别正当性的制度逻辑。他们和 Covalleski et al.(2003)都强调修辞策略在企业组织正当性管理(主要是构建)中的能动作用,其他文献则认为,修辞策略在正当性管理中的作用受到多种因素的制约,其中最主要的因素有两种。

(1)作为管理对象的正当性的类型。Suchman(1995)把正当性划分为三种:基于利弊权衡的实用正当性;基于遵守社会规范的道德正当性;被认为理所当然的认知正当性。前两种正当性基于利益权衡或道德反思,涉及较多的语言或修辞,认知正当性是“理所当然”的,不需要修辞策略支持。Green(2004)、Tost(2011)据此为正当性管理或判定划分了阶段。Green(2004)认为,修辞投入和正当性水平之间呈现即时负相关、累积正相关的关系。在正当性形成、发展阶段,企业需要做修辞投入,累积量越来越大,但所需即时投入水平越来越低;到稳定阶段,一般不需要再做修辞投入;进入新的构建周期后,修辞策略重新发挥作用。以上关系如图1所示。

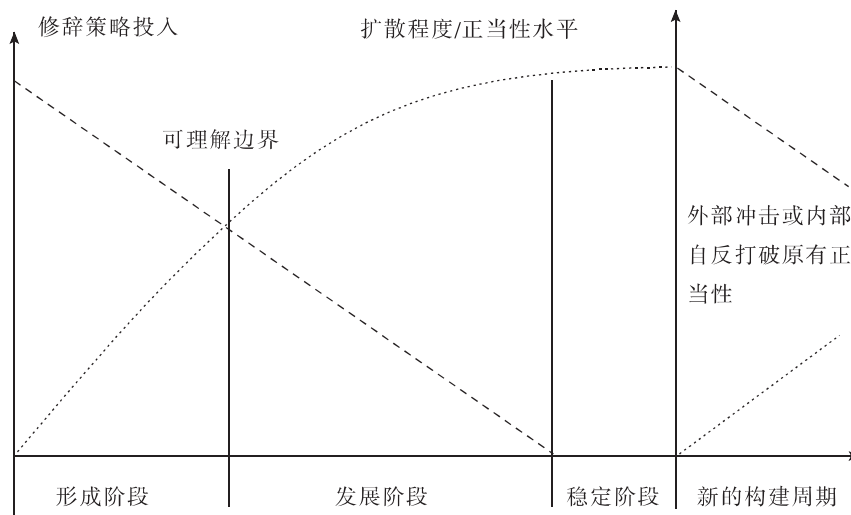


图1 修辞策略与正当性的历时关系

资料来源:阶段划分综合了 Suchman(1995)和 Tost(2011),曲线关系参考了 Green(2004)。

(2)正当性管理的制度环境。Green et al.(2009)对 1975—1995 年之间全面质量管理媒体语料的数据分析为此提供了佐证:在美国推行全面质量管理制度的早期,相关制度逻辑并不健全,完整三段论比较普遍;随着企业界对全面质量管理的熟悉度和认可度提升,省略三段论不断增加;再往

后,全面质量管理体系完全建立起来,省略大前提和小前提的断言式命题越来越普遍。对照不同的制度环境类型和正当性管理的不同阶段,二者是基本契合的。所以,制度环境对修辞策略和正当性的相互关系具有重要的调节作用。Covaleski et al.(2003)、Suddaby and Greenwood(2005)对修辞策略的推重只反映了特定制度环境中的一种情形,并非全貌。制度环境的调节也影响到正当性管理的类型;在形成阶段和发展阶段主要是正当性构建;在稳定阶段是正当性维持;在原有正当性被打破后,企业组织可能需要做正当性修复,也可能需要重新构建。构建、维持和修复共同构成了企业组织正当性管理的完整内容,每一类型的正当性管理有不同的修辞强度。在制度稳定的情况下,已经具备正当性的企业通过遵守现有主导制度逻辑就可以维持正当性,并不需要积极的修辞策略(Tost, 2011)。因此,对于正当性维持,下文不再专门讨论。

综上,本文用图2描述了修辞策略、正当性管理和制度的关系。制度环境对修辞策略和正当性的关系具有调节作用,制度逻辑是修辞策略和正当性之间的重要中介。由于正当性管理过程的复杂性,上述中介和调节作用可能同时发生。毫无疑问,修辞策略是企业可以掌控的、最具能动性的要素。制度逻辑则是修辞策略可以直接使用的内容资源。制度环境是外生的,设定了企业正当性管理的情境,企业可以通过对制度环境类型的识解,来确定使用什么类型、什么强度的修辞策略。以下将首先解析制度环境,从制度状态和制度内容两个维度对正当性管理的制度环境进行分类,为企业组织的修辞策略选择提供识解框架。

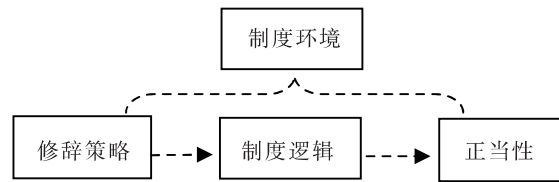


图2 制度对修辞策略和正当性关系的影响

## 2. 基于制度状态的制度环境划分

文献对制度状态最有共识的划分方式是二分法:制度稳定和制度不稳定,制度环境总是在这两种状态下切换(Sillince, 2005; Suddaby and Greenwood, 2005; Green et al., 2009; Tost, 2011; Bitektine and Haack, 2015)。

(1)制度稳定。制度稳定表现为主导制度逻辑难以撼动。作为制度核心的制度逻辑具有多重性(Friedland and Alford, 1991; Thornton, 2002; Lounsbury, 2007; Thornton and Ocasio, 2008; Green et al., 2008; Purdy and Gray, 2009),任何稳定的制度都是一种妥协,即各种制度逻辑达成均衡,一种制度逻辑成为主导制度逻辑,并成为正当性的判别标准。然而,与主导制度逻辑冲突的其他制度逻辑并没有消失,只是被暂时压制了,它们可能为日后的制度变化提供线索或资源(Seo and Creed, 2002; Suddaby and Greenwood, 2005; Green and Li, 2011; Tost, 2011)。Bitektine and Haack(2015)认为,在稳定状态下,集体认同的正当性(Validity)发挥了自上而下的约束作用,多样化被抑制,具体抑制因素如沟通渠道监控、同侪压力、对徒劳无益的预判等。此时,个体即使不认可,也很少表达不同意见(Clemente and Roulet, 2015)。所以,在制度稳定的环境中,行动者一般不会对主导制度逻辑,因此也很少发生正当性判别的冲突。

(2)制度不稳定。不稳定的制度环境可能是主导制度逻辑缺失已成既成事实,也可能是现有主导制度逻辑面临被推翻的强大压力。对此,行为主体的识解能力就显得尤为重要。George et al. (2007)从认知角度,整合前景理论(Prospect Theory)、威胁僵化假说(Threat-rigidity Hypothesis)和制度理论进行了详细解析。他们认为,所有的环境变化都是组织面临的机会和威胁的变化:一类是有形资源的得与失;另一类是无形的、对环境的控制感的得与失。二者都与组织正当性相关,符合正

正当性标准的组织,更容易得到资源,也更容易形成对环境的控制感,反之则反是。如果决策者对环境的性质有明确解读,制度创新在两种情况下产生:一是在主导制度逻辑清晰的情况下,根据前景理论,当决策者感觉自身面临与正当性相关的有形资源损失时,他们会倾向于冒险,并向外部利益相关者作辩解,这是一种迫于外力的被动制度创业,此时主导制度逻辑被推翻的压力来自企业避免利益受损的愿望;二是如果主导制度逻辑缺位,多数企业处在失控状态(Loss of Control),根据威胁僵化假说的反命题,当少数企业的决策者与正当性相关的控制感有所增进时,即便这种增进并不真实,也会刺激他们采纳大胆创新的行为,这是基于能力自信的主动制度创业。综上,在制度不稳定的环境中,无论创新来自外部压力还是内在动力,行动者都有愿望建立起新的主导制度逻辑,并为自身行动构建正当性。

### 3. 基于制度内容的制度环境划分

制度内容是制度逻辑的内容,不同组织场域的界限依据制度内容划定,某些制度压力在界限内外有显著差异(Friedland and Alford,1991)。制度内容决定了制度发挥作用的对象和范围,企业组织的正当性管理及其所凭借的修辞策略都依托于特定的制度内容。Bitektine and Haack(2015)把组织修辞策略的背景和对象分为宏观和微观两种,前者指向集体认同的正当性,后者指向个人理解的正当性。二者的差异就在于借以判别正当性的制度逻辑的内容不同。推而广之,除了集体和个人两个极端,还有介于二者之间的被不同层次组织或场域认可的制度逻辑(Clemente and Roulet,2015; Tost,2011)。

企业是正式的社会组织,有其“天然边界”。一方面,必须承认,许多制度逻辑在企业内外产生相同或相似的影响。如男女平等、诚实守信等公序良俗在企业内外没有也不应该有区别,如果企业在招聘或晋升过程中有明显的性别歧视,首先在企业内就会受到正当性质疑,如果被曝光,也会受到社会各方质疑。而且,一些制度化过程(如全面质量管理)既发生于企业内部,同时也是社会运动(Green,2004)。另一方面,也必须看到,制度内容与正当性管理的内容在企业边界内外确有显著不同。首先,现代企业组织有清晰而独立的利益,利益机制对企业而言是首要的制度内容。利益取向会直接影响制度逻辑的选择,比如,在恶意收购的制度化进程中,外部收购者侧重于对既有产权法一般规则的灵活运用(Friedland and Alford,1991),在位股东则侧重于论证“毒丸计划”等新创防御制度的正当性(Green,2004)。利益因素以外,企业的组织文化也是重要的制度内容,作为深层组织文化的潜在基本假定(沙因,2014)就是一种典型的微观制度逻辑,沙因对两家企业的追踪研究刻画了两种截然不同的组织文化,在一家企业被视为理所当然的事项在另一家企业就显得不可思议。彭长桂(2012)发现,同样是国有企业,其二级部门的相对地位存在很大差别,每一种地位序列在不同企业中都可以获得正当性。这些只属于特定企业的微观制度逻辑如果足够强大,就可能抵制外部制度压力,维持某些行为的内部正当性(Tost,2011; Lepoutre and Valente,2012; Clemente and Roulet,2015)。其实,综合利益和文化两个方面正反映了新制度主义对制度物质属性和象征属性的完整理解(Friedland and Alford,1991),前者更多体现了企业对内和对外的差异,后者除了体现内外有别,还彰显了不同企业之间的差异。

根据制度内容的差别,可以把制度环境分为两类:①主要基于企业特有制度逻辑的制度环境;②主要基于普适性制度逻辑的制度环境,二者一般以企业边界为限。这一类型划分的情境依赖很强,需要具体内容具体分析。比如,同样是市场进出行为,有时其正当性只受到企业战略或惯例的约束(Lee and Paruchuri,2008),有时则受到更大范围制度逻辑的约束(彭长桂和吕源,2016)。所以,基于制度内容划分环境的关键在于具体制度逻辑和企业的相关性。只有那些和企业产生密切关联



的制度逻辑及其内容才有可能对企业的修辞策略和正当性管理产生真实影响。

综合制度状态和制度内容这两个维度,本文把以修辞策略实施正当性管理的制度环境划分为四种类型。据此,各类企业组织可以更好地识解自身正当性管理的属性和特征,并选择恰当的修辞策略(下一部分将详述)。相关代表性文献如表1所示。

表1 四种制度环境中以修辞策略实施正当性管理的代表性文献

		制度内容维度	
		企业特有制度逻辑	普适性制度逻辑
制度 状态 维度	制度稳定	市场进入决策 (Lee and Paruchuri, 2008)	关闭企业或退出市场(Vaara and Tienari, 2008; Erkama and Vaara, 2010; 彭长桂和吕源, 2014, 2016) 新建企业 (Lounsbury and Glynn, 2001; Navis and Glynn, 2010)
	制度不稳定	企业战略制定 (Oakes et al., 1997; Mantere and Vaara, 2009; Cornelissen et al., 2011; Liu and Maitlis, 2014) MIS 实施 (Heracleous and Barrett, 2001; 陈文波等, 2011)	美国企业采纳 TQM 制度 (Green, 2004; Green et al., 2009; Kennedy and Fiss, 2009) 会计法律混业经营 (Suddaby and Greenwood, 2005) 内部审计外包 (Covaleski et al., 2003) 计算机化运动 (Barrett et al., 2013)

## 五、制度环境调节下企业组织正当性管理的修辞策略

### 1. 制度稳定环境中的修辞策略

主导制度逻辑维持稳定,并不代表修辞策略没有空间。因为许多制度逻辑并非不言自明或表述清晰(Lee and Paruchuri, 2008),行动者可以有不同理解和解释。事实上,制度很少完全限定组织的行动,它更多是为组织行动提供了若干种选择。行动者的能动性就是在这些选项中灵活搭配,争取不受或少受现有制度的局限(Sanders and Tuschke, 2007)。恰当的修辞策略可以降低构建正当性的成本或提高构建效果,也可以减少偏离行为造成的正当性损失。

(1)遵循主导制度逻辑构建或修复正当性的修辞策略:①构建正当性是让原本不具备正当性的组织或行为具备正当性,特别是那些新成立的组织和创新的行为。企业可以直接对照主导制度逻辑开展修辞活动。例如,阿里巴巴集团坚持对不诚信行为零容忍的逻辑,大到 CEO 因中国供应商欺诈事件辞职(2011年),小到普通员工因“抢月饼”作弊被除名(2016年),相关修辞活动可以作为遵循企业特有制度逻辑为内部人力资源决策构建正当性并修复外部正当性损失的典型例证。如不能直接从主导制度逻辑中获得支持,企业也可以选择比喻辞格去对照符合主导制度逻辑的参照物。Cornelissen and Clarke(2010)、Cornelissen et al.(2011)区分了新创企业的类比和隐喻,前者在同一领域的事物间做比较,后者则在不同领域的事物间做比较,二者的共同作用都是降低利益相关者的认知障碍,提高创新的可信性和正当性。②修复正当性指企业在利益驱动下偏离主导制度逻辑并遭受正当性损失,此时它们需要对照主导逻辑进行纠偏,以减少正当性损失。比如,苹果公司在售后问题上对中国制度逻辑采取了策略性“屈从”(彭长桂和吕源, 2014; 彭长桂和吕源, 2016);再比如,支付宝“圈子”事件(2016年)、海底捞“卫生门”事件(2017年)发生后,公司或高管的表述都是道歉或提出整改措施,没有做任何辩解。这些修辞都是遵循普适性主导制度逻辑进行正当性修复的典

型例证。

对于遵循型修辞策略,本文推出:

命题 1-1:当企业特有的主导制度逻辑处于稳定状态,企业可以通过遵循特有主导制度逻辑的修辞来构建、维持或修复企业组织及其行为的正当性。

命题 1-2:当普适性主导制度逻辑处于稳定状态,企业可以通过遵循普适性主导制度逻辑的修辞来构建、维持或修复企业组织及其行为的正当性。

(2)回避主导制度逻辑构建或修复正当性的修辞策略。一些企业的创新或偏离行为无法从主导制度逻辑中获得支持,而主导制度逻辑又难以改变,此时企业会通过灵活的修辞策略回避主导制度逻辑的约束,转而援用其他领域的制度逻辑来构建或修复正当性。此处特别强调“其他领域”,是指那些和主导制度逻辑内容不一样、也不在同一层面(因此不会直接冲突)的制度逻辑。比如,魏则西事件后,百度没有正面回应公众质疑,其高管转而以内部邮件形式反思具体行为对企业核心价值的背离。百度的核心价值观与公众、媒体所持制度逻辑不在同一层面上,但也因此没有冲突,避免了因直接认错坐实正当性损失。该例可以作为企业回避普适性制度逻辑、转而援用企业特有制度逻辑进行正当性修复的例证。再比如,格力电器拟收购珠海银隆的议案(2016年)在很大程度上与格力不实施多元化的战略逻辑不符,所以必须援引环保、新能源等公共领域的制度逻辑以构建正当性。虽然该议案未获股东大会通过,但仍然可以作为企业回避自身特有制度逻辑、转而援用普适性制度逻辑进行正当性构建的例证。需要说明的是,由于原主导制度逻辑并未改变,依靠回避策略构建或修复正当性的成功率低于遵循策略,构建正当性只是获得一种例外待遇,修复正当性至多是息事宁人。

对于回避型修辞策略,本文推出:

命题 2-1:当企业特有的主导制度逻辑处于稳定状态,企业可以通过援用普适性制度逻辑的修辞以回避特有主导制度逻辑的约束,构建或修复企业组织及其行为的正当性。

命题 2-2:当普适性主导制度逻辑处于稳定状态,企业可以通过援用特有制度逻辑的修辞以回避普适性主导制度逻辑的约束,构建或修复企业组织及其行为的正当性。

(3)企业对遵循策略和回避策略的整合。所谓整合,是指企业在选择性遵循主导制度逻辑的同时,也尝试援用其他制度逻辑进行正当性管理。Vaara and Tienari(2008)、Erkama and Vaara(2010)研究了多家跨国公司关闭工厂的案例,这些决策符合企业利益,在组织内部不存在正当性问题,但却不符合公众期待,必须通过修辞策略对外构建正当性,具体策略整合了遵循与回避:权威化(Authorization)策略诉诸传统、习俗、法律以及具备制度权威的个人,道德化(Moralization)策略诉诸公众易于理解的功利主义伦理观,都是对普适性制度逻辑的遵循;合理化(Rationalization)策略和传奇化(Mythopoetical)策略主要诉诸公司战略调整和长远发展需要,都属于对企业特有制度逻辑的运用,回避了普适性制度逻辑。这种整合策略对企业修辞能力的要求更高,如果运用得当,可以在主导制度逻辑约束下为企业经营行为拓展正当性空间。但同时也存在一些问题:企业辩解过多反而会降低正当性得分(Elsbach, 1994);而且,这会让企业及其管理者对修辞策略的功能产生机会主义期待,一而再再而三地犯相似错误,最后带来更大的正当性损失。比如,三聚氰胺事件发生后,一些涉事较浅的乳业企业通过道歉(遵循)和解释(回避)得到公众谅解,但此后这些企业又屡次有其他食品安全问题被曝光,最终导致公众对国内乳品企业的整体信任度下降。

对于整合遵循与回避的修辞策略,本文推出:

命题 3:当直接相关领域的主导制度逻辑处于稳定状态,企业可以采取整合直接相关领域主导制度逻辑和其他领域制度逻辑的修辞构建或修复企业组织及其行为的正当性。

制度稳定环境中修辞策略的作用机制可以用图3描述。①、②路径是典型的遵循策略,可以同时用于正当性的构建、维持和修复。③、④、⑤是典型的回避策略,其中④是从直接相关领域的主导制度逻辑向其他领域制度逻辑的切换。⑥代表遵循策略和回避策略可能的整合,其实质是修辞策略对主导制度逻辑和其他领域制度逻辑的权变性运用。

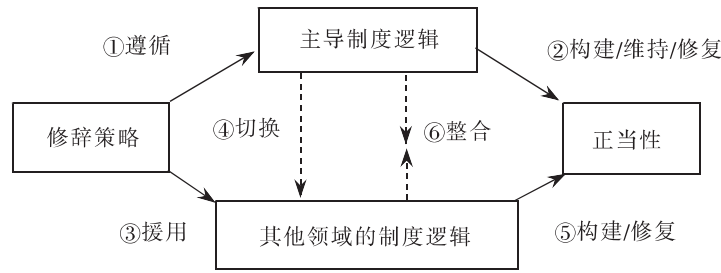


图3 制度稳定环境中修辞策略的作用机制

## 2. 制度不稳定环境中的修辞策略

制度不稳定的环境为企业提供了实施颠覆性制度创业的可能 (Profound Institutional Change) (Suddaby and Greenwood, 2005), 即通过改变现有主导制度逻辑来构建正当性。制度创业对语言技能的要求很高, 因为制度逻辑都是由灵活而模糊的语言阐述的 (Elsbach and Sutton, 1992; Rao et al., 2003; Rhee and Fiss, 2014)。在制度创业过程中, 对环境的识解非常关键。如果既有主导制度逻辑清晰可辨, 制度创业的第一步就是推翻它们; 如果不存在主导制度逻辑, 制度创业者可以直接架构新的主导制度逻辑。

(1) 批驳原主导制度逻辑以构建或修复正当性的修辞策略。原主导制度逻辑清晰可辨, 企业在自身利益驱动下违背了主导制度逻辑, 它们会运用修辞策略对其进行批驳, 在批驳中建立反向逻辑或其他替代逻辑, 使原本不正当的行动正当化。在推动会计与法律混业经营的制度创业中 (Suddaby and Greenwood, 2005), 在美国医院采纳全面质量管理的过程中 (Kennedy and Fiss, 2009), 创新者都采取了直接批驳原主导制度逻辑的方法。在企业与主导制度逻辑的冲突中, 利益和正当性交织在一起。文献显示, 企业要么先受利益或效率驱使采取行动, 然后再寻求正当化, 即从工具理性到价值理性 (Etzion and Ferraro, 2010), 要么从一开始就同时考虑这两方面的问题 (Kennedy and Fiss, 2009)。谷歌通过两封公开信解释退出中国大陆市场的原因, 虽然援用了企业价值观这一特有制度逻辑, 但却不是回避策略, 而是与中国政府监管制度的直接“对抗” (彭长桂和吕源, 2014; 彭长桂和吕源, 2016), 可以视为跨国公司通过批驳东道国普适性主导制度逻辑以构建或修复正当性的典型例证。当然, 以企业一己之修辞力量推翻普适性主导制度逻辑的可能性很小。再如, 海尔近年来频频实施颠覆性组织变革 (如推行自主经营体和建立平台型组织), 其主要领导人的论辩主旨之一就是批评传统科层组织制度的缺陷, 以此熨平利益受损者的不满并反证新制度的合理性, 这可以视为批驳自身原有管理制度以构建新制度正当性的典型例证。

对于批驳型修辞策略, 本文推出:

命题 4-1: 当企业识解到内部制度环境的不稳定, 且原主导制度逻辑清晰并伤及企业利益, 企业可以通过批驳原主导制度逻辑的修辞建立反向逻辑, 为内部行为构建或修复正当性。

命题 4-2:当企业识解到外部制度环境的不稳定,且原主导制度逻辑清晰并伤及企业利益,企业可以通过批驳原主导制度逻辑的修辞建立反向逻辑,为外部行为构建或修复正当性。

(2)直接架构新主导制度逻辑以构建正当性的修辞策略。在主导制度逻辑缺失时,环境控制感较强的企业“边做边说”,一方面实施创新,一方面阐释创新的逻辑,使得原本无从判别的行动正当化。架构策略没有可遵循的标准,也没有可批驳的对象,其对企业修辞认知能力的要求很高,企业必须同时做好意义制造和意义赋予。但新的制度逻辑不会凭空产生,所谓架构就是要整合多种修辞资源,特别是要与组织惯例、普遍社会价值等建立关联,有效实现认知合成(Cognitive Elaboration),使得新的制度逻辑更容易被接受(Heracleous and Barrett,2001;Lee and Paruchuri,2008;彭长桂和吕源,2014)。在企业内部建立新制度逻辑相对容易,因为利益结构简单。以战略制定为例,如果管理层能够有效减少战略修辞的神秘化(Mystification)、纪律化(Disciplining)、技术化(Technologization),把问题具体化并与员工之间建立对话(Mantere and Vaara,2009),高管之间能够有良好的商谈机制(Liu and Maitlis,2014),就可以大大提高新逻辑建成的可能。陈文波等(2011)对S企业信息系统实施的研究提供了一个架构特有制度逻辑的完整例证。普适性新制度逻辑的建立则要困难得多。比如,一个新兴行业被认可,需要多个甚至大量企业方向一致的修辞投入(Lounsbury and Glynn,2001;Navis and Glynn,2010),全面质量管理在美国的制度化花费了超过二十年的修辞投入(Zbaracki,1998;Green,2004;Green et al.,2009)。有些制度创业还必须得到官方认可,形成法律或红头文件(郭毅等,2010)。经济转轨时期的企业创新大都属于这种类型,当时的社会制度没有为正当性提供明确标准,也没有刚性约束,许多政策都是对企业已有创新实践的确认,即企业的实践和修辞架构先于新的主导制度逻辑。

对于架构型修辞策略,本文推出:

命题 5-1:当企业识解到内部制度环境的不稳定,且主导制度逻辑缺失,企业可以通过架构新的企业特有主导制度逻辑为内部行为构建正当性。

命题 5-2:当企业识解到外部制度环境的不稳定,且主导制度逻辑缺失,企业(与其他相关企业一起)可以通过架构新的普适性主导制度逻辑为外部行为构建正当性。

(3)复杂的制度不稳定环境中企业正当性管理的两面修辞策略。单一的批驳策略和架构策略都建立在行动者能够有效识解制度环境属性的前提下。制度不稳定的环境存在许多模糊和冲突的因素,行动者难以准确把握主导制度逻辑被推翻的可能性有多大。George et al.(2007)认为,此时制度创业者会采取两面行动(Decoupled Actions),即同时采取创新和保守的行动,有些行动是实质性的,有些则是象征性的。根据Burke(1969a),这其实是发挥认同修辞对劝服修辞的积极助力。制度创业者的终极目标在于架构新的制度逻辑,为了减少创业阻力,有时不但不能直接批驳既有主导制度逻辑,甚至还要在表面上维持其地位,直到制度创业成功。例如,阿里巴巴高层希望以合伙人治理结构赴香港交易所上市,他们的修辞策略是强调新的制度无意破坏传统公司治理结构的基本利益格局,同时还有助于组织文化的长期传承。这是在象征性遵循现有主导制度逻辑的同时架构新逻辑的典型两面修辞。同样,企业内部变革也可以借助两面修辞策略。

对于制度不稳定环境中的两面修辞策略,本文推出:

命题 6:当企业无法确认制度环境不稳定的程度,且主导制度逻辑清晰,其修辞可以结合对既有主导制度逻辑的象征性遵循和对新制度逻辑的实质性架构为企业及其行为构建正当性。

制度不稳定环境中修辞策略的作用机制可以用图4描述。①、②路径是典型的批驳策略,通过批驳一般可以建立反向的制度逻辑,直接为违背原主导制度逻辑的行为构建或修复正当性。③、④是典

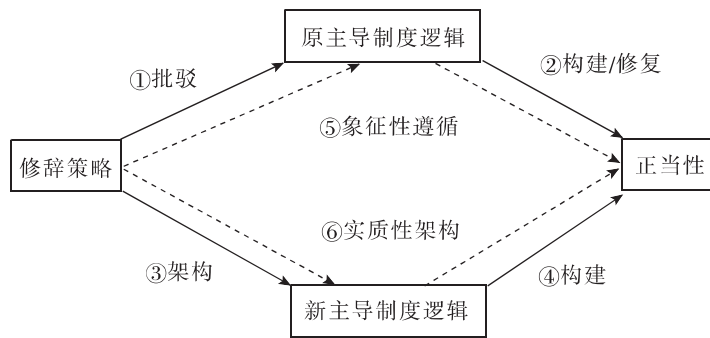


图4 制度不稳定环境中修辞策略的作用机制

型的架构策略,由于此时没有主导制度逻辑,也就不存在正当性损失,企业通过架构新的主导制度逻辑为自身或相关行为构建正当性。⑤、⑥是象征性遵循策略和实质性架构策略的整合,其实质是把更多的认同修辞嵌入到劝服策略中。

前文通过对不同制度环境下企业修辞活动的研究,提炼了遵循策略、回避策略、批驳策略和架构策略等四种基本修辞策略,以及两种权变的组合修辞策略。企业如果能够有效识解制度环境的属性,并结合正当性管理的具体内容,就可以在一定范围内选择相应的修辞策略。表2呈现了典型例证中正当性管理类型和修辞策略的搭配情况。

表2 不同制度环境中正当性管理类型与修辞策略的搭配

		制度内容维度	
		企业特有制度逻辑	普适性制度逻辑
制度状态维度	制度稳定	阿里巴巴解释惩戒违规员工的理由:构建+修复/遵循 格力电器收购银隆的议案:构建/回避	海底捞针对“卫生门”的公开信:修复/遵循 百度公司对魏则西事件的回应:修复/回避 相关乳业企业对食品安全事件的道歉和解释:修复/遵循+回避
	制度不稳定	海尔高层对组织变革动因的阐述:构建/批驳 S企业信息系统实施:构建/架构	谷歌退出中国大陆市场的公开信:构建+修复/批驳 阿里巴巴对以合伙人治理结构赴港上市的解释:构建/象征性遵循+实质性架构

资料来源:作者根据企业实践整理。

## 六、研究展望

国内学者在本领域的研究刚刚起步,只有少量学者在推进,无论理论研究还是经验研究都比较少。国外文献的相关研究已经有一定积累,但研究的深度和质量都存在欠缺。理论研究深陷概念的漩涡之中,一方面很难有超出新制度主义组织理论的观点创新,另一方面在名词创造上却有过度求变求新之嫌。经验研究的最大掣肘是方法,修辞理论和现代社会科学研究方法的对接尚没有突破。除少量文献开始切入企业组织修辞的深层话语结构(彭长桂和吕源,2014,2016),多数经验研究都

是描述性的,本质上在使用内容分析法,只能处理修辞的基本语义,远远不能满足解释复杂语言活动的现实需要。当前,基本修辞理论和修辞工具已经相当稳定,但企业组织的修辞活动却是日新月异,修辞策略不仅不能脱离语种、语境,也无法脱离真实的管理情境。在相关研究尚不成熟的情况下,国内学者最务实的拓展方向就是研究中国企业构建正当性的修辞策略实践。由于制度环境处于变动之中,中国各类企业正当性构建的修辞策略本身就有极大的研究价值,再加之汉语在修辞方面的异质性,为管理学界提供了大量绝佳素材,相关研究因此获得更大范围内的学术话语权(张慧玉和杨俊,2016)是完全可能的。

前文提供了大量修辞例证,这些例证中,有许多修辞活动没有达到预期目标,如格力电器收购银隆的议案,再如阿里巴巴向港交所解释合伙人制度的努力。这就涉及修辞策略的施效问题,现有文献对这一问题的研究相当薄弱。由于缺乏文献支撑,本文第五部分的命题也回避了施效。根据奥斯汀(2013)的言语行为理论,完整的言语行为应该分为三个层次:话语行为(Locutionary)、施事行为(Illocutionary)和施效行为(Perlocutionary)。对于目的导向的组织修辞,施效是不可或缺的一环,话语、施事与施效的关系应该是研究的重点(郭毅等,2010)。尤其以下两个问题值得后继研究重视。

修辞策略投入的质和量已经有较多实证支持(Green,2004;Suddaby and Greenwood,2005),在企业组织内部甚至可以用比较精确的指标衡量(Lee and Paruchuri,2008)。但文献对正当性水平的衡量却有较多争议(斯科特,2010)。Tost(2011)把正当性视为连续变量,超过一定阈值就具备正当性,低于这个阈值就丧失正当性,这是比较笼统的评价。文献经常用较易量化的扩散程度(一种制度被采纳和复制的程度)来衡量正当性水平。然而,严格对照Suchman(1995)的定义,制度化(制度的扩散程度)和被认为适宜、恰当并非等同,更不能等同于“理所当然”。确切地说,正当性是制度化的子集。一项实践获得正当性,就一定实现了制度化,但反过来,制度化不能代表正当性(斯科特,2010),它只是正当性的来源(Friedland and Alford, 1991)。Green(2004)以“毒丸计划”为例说明,虽然多数上市公司都有“毒丸计划”方案,但每当实施之时,总还是做出大量修辞性阐述,说明这种做法事实上并没有具备认知正当性。

从话语、施事到施效的正向传导机制。大多数解释逻辑是逆向的,即如果赢得了正当性,那么修辞策略就是恰当有效的,反之则反是。比如,Covaleski et al.(2003)认为“五大”会计师事务所在上市公司内部审计外包的争论中胜出很大程度上得益于其修辞技巧,这些技巧被比作缓和财务和政治压力的“天鹅绒手套”(Rhetoric Velvet Glove)。这其实是以制度创业的成功结果倒推出来的,从修辞策略到正当性建成的正向逻辑并不确凿。对此,Suddaby and Greenwood(2005)的评价更加客观,修辞策略并不直接导向现实改变,但一定会在受众认知层面产生影响。比如,会计和法律混营的论辩如火如荼,最后结果却因为外部冲击一锤定音——安然、世通等恶性事件促使联邦法案否决了混业经营,但后来有22个州陆续接受了不同程度的混业经营,可以视为认知层面的影响在发挥作用。他们借用一个比喻来总结——运用修辞策略建立新制度逻辑的努力就像吹一个气球,只要用力吹大,(即便泄气)这个气球也很难完全恢复原状。对照中国企业,“宝万之争”及相关衍生修辞不仅为公众提供了充裕及时的信息,也透露出企业及其管理者的深层偏好,整个过程中多方各执己见,受众的“人心向背”也是反复变动,但在股权之争完全尘埃落定时再度审视,修辞只是呈现了过程而已。事件结果本身具有正当性吗?这个结果及其正当性主要是修辞策略决定的吗?修辞策略影响制度逻辑并导向结果的机理是什么呢?这些问题并非不言自明。

一般来说,日常言语的施效很容易观察和判断,构建组织正当性的修辞就复杂得多,影响其效果的干扰因素也多,现有文献对此并没有解决。比如企业内部的意见之争,其结果并不完全取决于

某一方的修辞能力,而是受到各种利益、企业以外社会价值或事件的影响(Clemente and Roulet, 2015)。由于制度的层层嵌套,这种情形在各个层面都存在。对于边界清晰可辨的典型组织个案,应进一步深挖修辞策略构建正当性的机理和效果;对于语料充裕可得的企业公开修辞,可以采取大数据(语料)分析方法。只有修辞策略的实际效果能够被稳健验证,修辞研究在管理研究中才能获得真正的正当性。

#### [参考文献]

- [1][英]奥斯汀. 如何以言行事[M]. 杨玉成译. 北京: 商务印书馆, 2013.
- [2][美]巴纳德. 经理人员的职能[M]. 王永贵译. 北京: 机械工业出版社, 2013.
- [3]陈文波, 黄丽华, 陈琪彰, 潘善琳. 企业信息系统实施中的意义建构: 以 S 公司为例[J]. 管理世界, 2011, (6): 142-151.
- [4]郭毅, 王兴, 章迪诚, 朱熹. “红头文件”何以以言行事[J]. 管理世界, 2010, (12): 74-89.
- [5]刘亚猛. 西方修辞学史[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2008.
- [6]吕源, 彭长桂. 话语分析: 开拓管理研究新视野[J]. 管理世界, 2012, (10): 157-171.
- [7][加]明茨伯格. 管理工作的本质[M]. 方海萍译. 北京: 中国人民大学出版社, 2012.
- [8]彭长桂. 兄弟并不平等: 国有企业部门地位的正当性研究[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2016.
- [9]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]. 管理世界, 2014, (2): 152-169.
- [10]彭长桂, 吕源. 制度如何选择: 谷歌和苹果案例的话语分析[J]. 管理世界, 2016, (2): 149-169.
- [11][美]沙因. 组织文化与领导力[M]. 章凯等译. 北京: 中国人民大学出版社, 2014.
- [12][美]斯科特. 制度与组织——思想观念与物质利益[M]. 姚伟等译. 北京: 中国人民大学出版社, 2010.
- [13][美]西蒙. 管理行为[M]. 詹正茂译. 北京: 机械工业出版社, 2004.
- [14][古希腊]亚里士多德. 亚里士多德全集(第九卷) [M]. 苗力田等译. 北京: 中国人民大学出版社, 1994.
- [15]张慧玉, 杨俊. 组织话语研究述评及展望[J]. 外国经济与管理, 2016, (7): 57-75.
- [16]Abrahamson, E. The Emergence and Prevalence of Employee Management Rhetorics: The Effects of Long Waves, Labor Unions, and Turnover, 1875 to 1992[J]. *Academy of Management Journal*, 1997, 40(3): 491-533.
- [17]Abrahamson, E., and G. Fairchild. Management Fashion: Life Cycles, Triggers, and Collective Learning[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1999, 44(4): 708-740.
- [18]Alvesson, M. Organizations as Rhetoric: Knowledge Intensive Firms and the Struggle with Ambiguity[J]. *Journal of Management Studies*, 1993, 30(6): 997-1015.
- [19]Alvesson, M., and D. Kärreman. Varieties of Discourse: On the Study of Organizations through Discourse Analysis[J]. *Human Relations*, 2000, 53(9): 1125-1149.
- [20]Anteby, M., and V. Molnar. Collective Memory Meets Organizational Identity: Remembering to Forget in a Firm's Rhetorical History[J]. *Academy of Management Journal*, 2012, 55(3): 515-540.
- [21]Balogun, J., and G. Johnson. Organizational Restructuring and Middle Manager Sensemaking [J]. *Academy of Management Journal*, 2004, 47(4): 523-549.
- [22]Barrett, M., L. Heracleous, and G. Walsham. A Rhetorical Approach to IT Diffusion: Reconceptualizing the Ideology-framing Relationship in Computerization Movements[J]. *MIS Quarterly*, 2013, 37(1): 201-220.
- [23]Berger, P. L., and T. Luckmann. *The Social Construction of Reality*[M]. New York: Doubleday, 1966.
- [24]Bitektine, A., and P. Haack. The 'Macro' and the 'Micro' of Legitimacy: toward a Multilevel Theory of the Legitimacy Process[J]. *Academy of Management Review*, 2015, 40(1): 49-75.
- [25]Boje, D., C. Oswick, and J. Ford. Introduction to Special Topic Forum: Language and Organization: The Doing of Discourse[J]. *Academy of Management Review*, 2004, 29(4): 571-577.
- [26]Burke, K. *A Grammar of Motives*[M]. Berkeley: University of California Press, 1969a.

- [27]Burke, K. *A Rhetoric of Motives*[M]. Berkeley: University of California Press, 1969b.
- [28]Burke, K. *Language as Symbolic Action: Essays on Life, Literature and Method* [M]. Berkeley: University of California Press, 1966.
- [29]Clemente, M., and T. J. Roulet. Public Opinion as a Source of Deinstitutionalization: A ‘Spiral of Silence’ Approach[J]. *Academy of Management Review*, 2015,40(1):96–114.
- [30]Cornelissen, J. P. Beyond Compare: Metaphor in Organization Theory [J]. *Academy of Management Review*, 2005,30(4):751–764.
- [31]Cornelissen, J. P. Metaphor in Organization Theory: Progress and the Past [J]. *Academy of Management Review*, 2006,31(2):485–488.
- [32]Cornelissen, J. P. Metonymy in Language about Organizations: A Corpus–Based Study of Company Names[J]. *Journal of Management Studies*, 2008,45(1):79–99.
- [33]Cornelissen, J. P., and J. S. Clarke. Imagining and Rationalizing Opportunities: Inductive Reasoning and the Creation and Justification of New Ventures[J]. *Academy of Management Review*, 2010,35(4):539–557.
- [34]Cornelissen, J. P., and M. D. Werner. Putting Framing in Perspective: A Review of Framing and Frame Analysis across the Management and Organizational Literature[J]. *Academy of Management Annals*, 2014,8(1):181–235.
- [35]Cornelissen, J. P., R. Holt, and M. Zunde. The Role of Analogy and Metaphor in the Framing and Legitimization of Strategic Change[J]. *Organization Studies*, 2011,32(12):1701–1716.
- [36]Covaleski, M., M. W. Dirsmith, and L. Rittenberg. Jurisdictional Disputes over Professional Work: The Institutionalization of the Global Knowledge Expert[J]. *Accounting, Organizations and Society*, 2003,28(4):325–355.
- [37]Elsbach, K. D. Managing Organizational Legitimacy in the California Cattle Industry [J]. *Administrative Science Quarterly*, 1994,39(1):57–88.
- [38]Elsbach, K. D., and R. I. Sutton. Acquiring Organizational Legitimacy through Illegitimate Actions: A Marriage of Institutional and Impression Management Theories [J]. *Academy of Management Journal*, 1992,35(4):699–738.
- [39]Erkama, N., and E. Vaara. Struggles Over Legitimacy in Global Organizational Restructuring: A Rhetorical Perspective on Legitimation Strategies and Dynamics in a Shutdown Case[J]. *Organization Studies*, 2010,31(7):813–839.
- [40]Etzion, D., and F. Ferraro. The Role of Analogy in the Institutionalization of Sustainability Reporting[J]. *Organization Science*, 2010,21(5):1092–1107.
- [41]Fairclough, N. Discourse Analysis in Organization Studies: The Case for Critical Realism [J]. *Organization Studies*, 2005,26(6):915–939.
- [42]Fiss, P. C., and E. J. Zajac. The Symbolic Management of Strategic Change: Sensegiving via Framing and Decoupling[J]. *Academy of Management Journal*, 2006,49(6):1173–1193.
- [43]Fiss, P. C., and P. M. Hirsch. The Discourse of Globalization: Framing and Sense Making of an Emerging Concept[J]. *American Sociological Review*, 2005,70(1):29–52.
- [44]Friedland, R., and R. R. Alford. Bringing Society back in: Symbols, Practices and Institutional Contradictions[A]. Powell, W. W., P. J. DiMaggio. *The New Institutionalism in Organizational Analysis*[C]. Chicago: University of Chicago Press, 1991.
- [45]Friedman, M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits [J]. *The New York Times Magazine*, 1970,32–33(6):173–178.
- [46]George, E., P. Chattopadhyay, S. B. Sitkin, and J. Barden. Cognitive Underpinnings of Institutional



- Persistence and Change: A Framing Perspective[J]. *Academy of Management Review*, 2006,31(2):347-365.
- [47]Gioia, D. A., and K. Chittipeddi. Sensemaking and Sensegiving in Strategic Change Initiation [J]. *Strategic Management Journal*, 1991,12(6):433-448.
- [48]Gray, B., J. M. Purdy, and S. Ansari. From Interactions to Institutions: Microprocesses of Framing and Mechanisms for the Structuring of Institutional Fields [J]. *Academy of Management Review*, 2015,40 (1):115-143.
- [49]Green, S. E. Jr. A rhetorical Theory of Diffusion[J]. *Academy of Management Review*, 2004,29(4):653-669.
- [50]Green, S. E. Jr., and Y. Li. Rhetorical Institutionalism: Language, Agency, and Structure in Institutional Theory since Alvesson 1993[J]. *Journal of Management Studies*, 2011,48(7):1662-1697.
- [51]Green, S. E. Jr., M. Babb, and C. M. Alpaslan. Institutional Field Dynamics and the Competition between Institutional Logics: The Role of Rhetoric in the Evolving Control of the Modern Corporation [J]. *Management Communication Quarterly*, 2008,22(1):40-73.
- [52]Green, S. E. Jr., Y. Li, and N. Nohria. Suspended in Self-spun Webs of Significance: A Rhetorical Model of Institutionalization and Institutionally Embedded Agency[J]. *Academy of Management Journal*, 2009,52(1):11-36.
- [53]Harmon, D. J., S. E. Jr. Green, and G. T. Goodnight. A Model of Rhetorical Legitimation: The Structure of Communication and Cognition Underlying Institutional Maintenance and Change [J]. *Academy of Management Review*, 2015,40(1):76-95.
- [54]Heracleous, L., and C. D. Jacobs. Crafting Strategy: The Role of Embodied Metaphors [J]. *Long Range Planning*, 2008,41(3):309-325.
- [55]Heracleous, L., and M. Barrett. Organizational Change as Discourse: Communicative Actions and Deep Structures in the Context of Information Technology Implementation[J]. *Academy of Management Journal*, 2001, 44(4):755-778.
- [56]Jones, C., and R. Livne-Tarandach. Designing a Frame: Rhetorical Strategies of Architects [J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2008,29(8):1075-1099.
- [57]Kennedy, M. T., and P. C. Fiss. Institutionalization, Framing, and Diffusion: The Logic of TQM Adoption and Implementation Decisions among U.S. Hospitals[J]. *Academy of Management Journal*, 2009,52(5):897-918.
- [58]King, W. R., and J. L. Kugler. The Impact of Rhetorical Strategies on Innovation Decisions: An Experimental Study[J]. *Omega*, 2000,28(5):485-499.
- [59]Kostova, T., and S. Zaheer. Organizational Legitimacy under Conditions of Complexity: The Case of the Multinational Enterprise[J]. *Academy Management Review*, 1999,24(1):64-81.
- [60]Lammers, J. C. How Institutions Communicate: Institutional Messages, Institutional Logics, and Organizational Communication[J]. *Management Communication Quarterly*, 2011,25(1):154-182.
- [61]Lee, G.K., and S. Paruchuri. Entry into Emergent and Uncertain Product-Markets: The Role of Associative Rhetoric[J]. *Academy of Management Journal*, 2008,51(6):1171-1188.
- [62]Leitch, S., and I. Palmer. Analysing Texts in Context: Current Practices and New Protocols for Critical Discourse Analysis in Organization Studies[J]. *Journal of Management Studies*, 2010,47(6):1194-1212.
- [63]Lepoutre, J. M. W. N., and M. Valente. Fools Breaking Out: The Role of Symbolic and Material Immunity in Explaining Institutional Nonconformity[J]. *Academy of Management Journal*, 2012,55(2):285-313.
- [64]Liu, F., and S. Maitlis. Emotional Dynamics and Strategizing Processes: A Study of Strategic Conversations in Top Team Meetings[J]. *Journal of Management Studies*, 2014,51(2):202-234.
- [65]Lounsbury, M. A Tale of Two Cities: Competing Logics and Practice Variation in the Professionalizing of Mutual Funds[J]. *Academy of Management Journal*, 2007,50(2):289-307.

- [66]Lounsbury, M., and M. A. Glynn. Cultural Entrepreneurship: Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources[J]. *Strategic Management Journal*, 2001,22(6-7):545-564.
- [67]Lüscher, L. S., and M.W. Lewis. Organizational Change and Managerial Sensemaking: Working Through Paradox[J]. *Academy of Management Journal*, 2008,51(2):221-240.
- [68]Maitlis, S., and T. Lawrence. Triggers and Enablers of Sensegiving in Organizations [J]. *Academy of Management Journal*, 2007,50(1):57-84.
- [69]Mantere, S., and E. Vaara. On the Problem of Participation in Strategy: A Critical Discursive Perspective[J]. *Strategic Direction*, 2009,19(9):341-358.
- [70]Musson, G., and S. Tietze. Places and Spaces: The Role of Metonymy in Organizational Talk [J]. *Journal of Management Studies*, 2004,41(8):1301-1323.
- [71]Navis, C., and M. A. Glynn. How New Market Categories Emerge: Temporal Dynamics of Legitimacy, Identity, and Entrepreneurship in Satellite Radio, 1990-2005 [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2010,55(3):439-471.
- [72]Oakes, L. S., B. Townley, and D. J. Cooper. Business Planning as Pedagogy: Language and Control in a Changing Institutional Field[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1997,43(2):257-292.
- [73]Ocasio, W., and J. Loewenstein, A. Nigam. How Streams of Communication Reproduce and Change Institutional Logics: The Role of Categories[J]. *Academy of Management Review*, 2015,40(1):28-48.
- [74]Phillips, N., T. B. Lawrence, and C. Hardy. Discourse and Institutions [J]. *Academy of Management Review*, 2004,29(4):635-652.
- [75]Purdy, J. M., and B. Gray. Conflicting Logics, Mechanisms of Diffusion, and Multilevel Dynamics in Emerging Institutional Fields[J]. *Academy of Management Journal*, 2009,52(2):355-380.
- [76]Rao, H., P. Monin, and R. Durand. Institutional Change in Toque Ville: Nouvelle Cuisine as an Identity Movement in French Gastronomy[J]. *American Journal of Sociology*, 2003,108(4):795-843.
- [77]Reed, M. The Limits of Discourse Analyses in Organizational Analysis[J]. *Organization*, 2000,7(3):524-530.
- [78]Rhee, E. Y., and P. C. Fiss. Framing the Adoption of a Controversial Practice: Regulatory Focus, Source Credibility, and Stock Market Reaction[J]. *Academy of Management Journal*, 2014,57(6):1734-1758.
- [79]Sanders, W. G., and A. Tuschke. The Adoption of Institutionally Contested Organizational Practices: the Emergence of Stock Option Pay in Germany[J]. *Academy of Management Journal*, 2007,50(1):33-56.
- [80]Seo, M. G., and W. E. D. Creed. Institutional Contradictions, Praxis, and Institutional Change: A Dialectical Perspective[J]. *Academy of Management Review*, 2002,27(2):222-247.
- [81]Sewell, G., and J. R. Barker. Coercion versus Care: Using Irony to Make Sense of Organizational Surveillance[J]. *Academy of Management Review*, 2006,31(4):934-961.
- [82]Sillince, J. A. A Contingency Theory of Rhetorical Congruence [J]. *Academy of Management Review*, 2005,30(3):608-621.
- [83]Sillince, J. A., and J. R. Barker. A Topological Theory of Institutionalization [J]. *Organization Studies*, 2012,33(1):7-38.
- [84]Sillince, J. A., and R. Suddaby. Organizational Rhetoric: Bridging Management and Communication Scholarship[J]. *Management Communication Quarterly*, 2008,22(1):5-13.
- [85]Suchman, M. C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches [J]. *Academy of Management Review*, 1995,20(3):571-610.
- [86]Suddaby, R., and R. Greenwood. Rhetorical Strategies of Legitimacy [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2005,50(1):35-67.
- [87]Thornton, P. H. The Rise of the Corporation in a Craft Industry: Conflict and Conformity in Institutional logics[J].

- Academy of Management Journal, 2002,45(1):81-101.
- [88]Thornton, P. H., and W. Ocasio. Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in Organizations: Executive succession in the higher education publishing industry, 1958—1990 [J]. American Journal of Sociology, 1999,105(3):801-843.
- [89]Thornton, P. H., and W. Ocasio. Institutional Logics [A]. Greenwood, R. C. Oliver, R. Suddaby, and K. Sahlin. The Sage handbook of organizational institutionalism[C]. Thousand Oaks, CA: Sage, 2008.
- [90]Tost, L. P. An Integrative Model of Legitimacy Judgments [J]. Academy of Management Review, 2011,36(4): 686-710.
- [91]Tversky, A., and D. Kahneman. The Framing of Decisions and the Psychology of Choice [J]. Science, 1981, (211):453-458.
- [92]Vaara, E., and J. Tienari. A Discursive Perspective on Legitimation Strategies in Multinational Corporations[J]. Academy of Management Review, 2008,33(4):985-993.
- [93]Vaara, E., and J. Tienari. On the Narrative Construction of Multinational Corporations: An Antenarrative Analysis of Legitimation and Resistance in a Cross-Border Merger[J]. Organization Science, 2011,22(2):370-390.
- [94]Vaara, E., and P. Monin. A Recursive Perspective on Discursive Legitimation and Organizational Action in Mergers and Acquisitions[J]. Organization Science, 2010,21(1):3-22.
- [95]Weick, K. E. Sensemaking in Organizations[M]. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- [96]Zbaracki, M. J. The Rhetoric and Reality of Total Quality Management [J]. Administrative Science Quarterly, 1998,43(3):602-605.

## Rhetorical Strategies for Managing Legitimacy of Business Organizations

DENG Xiao-hui, LI Zhi-gang, YIN Ya-kun, WU Qiong

(College of Management, Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** It is necessary for business organizations and business practices to prove their legitimacy referring standards from institutional logics elaborated by rhetorics. Therefore, rhetorical strategies have become the main methods for managing legitimacy of business organizations. There are two basic mechanisms of rhetorical strategies to legitimacy: one is cognition or sense-making and the other is persuasion or sense-giving. Institutional environments are important moderators between rhetorical strategies and legitimacy, and institutional logics act as mediators between them. According to stability or instability of institutional conditions and institutional contents coming from inner-organization logics or outer-organization logics, institutional environments can be partitioned into four types. The type-matrix provides a frame for business organizations to construe the attributes of issues they were faced with and what rhetorical strategies they could implement. In the circumstances of stability, the actors can employ obedient strategies, elusive strategies or some rhetorical strategies integrated the former two ones. In the circumstances of instability, the actors can employ critical strategies, framing strategies or some decoupled strategies which are substantially-framing but symbolically-obedient. Rhetorical practices of Chinese corporations have provided plentiful materials for empirical research and the investigators should pay more attention to perlocutionary research of rhetorical strategies for managing legitimacy.

**Key Words:** business organizations; legitimacy; rhetorical strategies; institutional environments; institutional logics

**JEL Classification:** M10 L20 L30

[责任编辑:姚鹏]