・廣告學研究・　第三十二集
民98年7月　頁127-129

領導或追隨？凝聚一呼百應的力量：評《部落：一呼百應的力量》

蔡佩芳 *

書　　名：部落：一呼百應的力量（Tribes: We need you to lead us）
作　　者：賽斯・高登（Seth Godin）
譯　　者：愛荷
出 版 社：先覺（原出版社 Penguin Group）
出版年份：2009

繼《紫牛》（Purple Cow）之後，賽斯・高登（Seth Godin）最新著作《部落：一呼百應的力量》（Tribes: We need you to lead us, 2009 年台灣出版）被選爲 2008 年美國最佳商業書籍，名列 Amazon、*New York Times*、iTune diobook、及 *Wall Street Journal* 暢銷排行榜。該書沒有目錄亦無章節，全文以簡短段落、淺顯文字與成功案例說明網路科技進步的今日，部落將更爲強大，得以滿足人們渴望加入社群的心理與社會需求、彼此連結、分享熱情與願景，並直言只要勇於挑戰現狀、領導部落、製造風潮，人人都可以是領導者！

高登首先說明人類社會無論如何變遷與發展，部落仍需存在，主要緣於人們渴望與社群產生連結，尋找一個安身立命的位置，尋找歸屬與認同，甚至希望做出貢獻。他定義部落是「彼此連結的一群人，與他人、與領導者、與一個能激發熱情的想法連結」，只要具備共同的興趣與溝通的管道，便足以形成一個部落。現代社

* 本文作者蔡佩芳為崑山科技大學公共關係暨廣告系助理教授，
e-mail: rndpftsai@hotmail.com。

會，網路科技的出現重新定義與詮釋了傳統部落與成員之間的關係：溝通管道更形多元與便利，打破了部落的地域界限；同時人們可依其需要與目的，加入各種類型的部落；最重要的是領導部落的新工具增多，如即時通、部落格、電子郵件和網路公司等。如果懂得運用新興媒體科技，每個人都能找到或組成一個部落。除了媒體科技使得組成部落變得容易之外，整體產業結構與行銷市場的改變也是讓部落得以百家爭鳴的環境趨力，過去高效率工廠及有效行銷的老品牌盛極一時，如今成長停頓、失業增加，穩定的優勢已然消失，同時市場爲求生存不斷獎勵創新、期待改變，部落因網際網路之賜，變得更大、更快、更便宜，不僅可降低組織與交易成本，其重視溝通與連結的彈性特質更是集社群、媒體、行銷三種功能於一身。

網路媒體開展了參與或組成部落的新的可能，從合唱團、旅遊美食、動物防虐到政治募款，各種類型、議題、行動與目標的群眾都有機會被集結成爲部落。高登認爲凝聚部落成員的連繫與感情，比擴張部落、打開知名度、吸收成員更爲重要，人數的多寡或團體的龐大不是部落成功的要件，最重要是找到一群共同懷抱理念追求相同目標的人。他呼應 Kevin Kelly 的文章 “1,000 True Fans” 提到藝術家、音樂家、攝影師、設計師或作家等文化藝術創作者，只要有一千名真正的粉絲，就可擁有足夠的知名度與支持度，藉以維生，因爲這些粉絲群會積極參與、投入且購買，所以部落領導者不要只在意數字，如點閱率、會員數等，而是應該強化粉絲投入的程度並加強彼此之間的互動。如何在共同興趣的前提下，改變溝通方式，將一群人變成一個部落？將偶然的粉絲轉爲真正的粉絲？他建議要加強部落內部的傳播與溝通，將成員的共同興趣轉變爲可熱衷投入或參與之目標，引發改變的渴望；提供可密切溝通的工具；同時維持部落平衡，招募新成員。爲有效連結彼此，網際網路與社會媒體是可善用的技巧與工具，如 Facebook、Twitter（一種注重社交功能的微型網誌服務）、Craigslist（創立於舊金山的免費分類廣告網站）。不過高登提醒，新興科技雖然可以用來連結部落並擴大影響力，但網路畢竟只是工具，部落真正的力量是「人」，重要的是一位有能力打造部落並得到同儕支持的領導者。

誰能夠組成部落、領導部落呢？高登首推「異端份子」（heretics）；他們對工作投入、充滿熱情並勇於挑戰現狀。過去官僚系統與歷史經驗導致管理階層的僵化與保守，再加上個人像被馴化的羊，從小被教導循規蹈矩，多數人看來安分的作爲卻扼殺了創意與創新，社會爲維持體制的標準與安定，常害怕或忽視異端份子，並想辦法阻止他們改變現狀。但是現在的世界已大大不同，充滿變數、渴望改變，愈來愈多有點子、有創意、有使命感的人挺身而出，同時媒體科技又讓人掌握較以往

更多的力量，一個人甚至可以重新發現科學、研發技術或改變政治，每個人都可以是異端份子、成爲領導者的時代條件儼然成形。如何跳脫失敗的恐懼進而堅持主張，從無名小卒一躍而爲部落領導者？首先要具備相信自己可以做到的信心，因爲信心是所有創新的關鍵。

高登相信每個人都有內在潛力，成爲領導者是個人的選擇與決心，而非天賦；金錢、權力、教育和成功的領導能力之間沒有關連，無需懷疑也不用等待，只要決定成爲一位領導者，便具領袖魅力。領導者必備七項領導力要素可歸納爲，1. 挑戰現狀；2. 圍繞目標，打造文化，凝聚他人參與；3. 保有好奇心；4. 利用各種形式領袖魅力，吸引並驅動追隨者；5. 向追隨者傳遞遠景 6. 針對遠景做出承諾及決定；7. 強化追隨者間的連繫。除上述條件，高登更不斷舉例說明具備想像力、懂得傾聽、拒絕平庸、堅持信念、打破規則、勇於嘗試、擁抱偏差者的領導者將會更成功地建立聯盟，達成願景。本書所謂的領導與管理、控制、競爭無關，可將其視爲正式或非正式的組織的一種行銷策略，尤其是領導部落，懂得說故事並無私付出，遠比追求私利更吸引追隨者也更具生產力，一呼百應的號召力與影響力於焉出現。

整體而言，本書行文流暢、淺顯易讀。高登認爲部落是人們建立歸屬與認同的必需，同時也是最有效的媒體管道，更是強有力的行銷投資，至於如何建立並領導部落？他認爲只要相信自己，起身行動，善用網路科技，就能奏效。但究竟要如何具備領導力，凝聚眾人的力量呢？他援引成功部落的範例說明有些人做到了，建議讀者可從發起一項微型運動開始集結人們，除此之外，並沒有詳列策略或步驟，亦無具體行動指南。高登就像一位傳道人，走到讀者面前不斷信心喊話，直視並說出：「就是你！」領導或追隨？端視個人是否選擇成爲信徒，並付諸行動了。