

# 論傳播學的關係價值研究 —— 一個提升傳播學科品質的可能途徑

王怡紅

## 摘要

30年來，中國的傳播學研究主要在兩種選擇之間徘徊擺動：一種選擇是把傳播學研究簡約成媒介運用或傳播效果等單一主題為導向的、以定量實證為主要方法的研究；另一種選擇是全視角地審視社會的傳播過程和傳播的人文價值、以定性思辨為主要方法的研究。目前，傳播學研究缺少的是介於兩級擺動之間的焦點問題的提出和相互競爭。本文提出建立焦點問題研究，並呼請注意以關係價值為中心焦點問題的傳播學研究視角，作者以為是提升傳播學科品質的一個有效途徑。

關鍵詞：學科品質、關係價值、傳播學研究視角

王怡紅，中國社會科學院新聞與傳播研究所研究員，早期介紹和評述過相關的傳播理論，轉而關注中國傳播研究的發展方向、視角和方法，近期主要研究中國社會人際溝通的觀念形態、實踐過程和交往結果。

電郵：yihongyard@hotmail.com

## **On the Relationship Approach towards Communication Studies: A Promising Research Agenda**

WANG Yihong

---

### **Abstract**

The past 30 years have seen two dominant research orientations in China's communication studies. One is strongly based in topical concerns such as media use and communication effects with an emphasis on quantitative research methods. The other takes an interest in overall observation of communication as social processes and the humane nature of human communication, often showing a qualitative orientation. The author proposes that communication scholars could move toward a relationship approach on communication studies as the approach seems to promise, arguably, an elevation of research qualities in the field of communication studies.

**Key words:** quality of the field of communication studies, relationship value, research approach

## 緒論

從認識論上看，傳播學、心理學、社會學等，都是探討人類行為的科學。對於認識「學科」的存在與價值而言，「條條大路通羅馬」。「羅馬」這個象徵彌足珍貴，它告訴我們，在分工的社會形態裏，一個學科的功能，不過是部分的存在，研究者只是運用不同的知識結構，從不同的研究進路，使用不同的記數方式，向一個目標慢慢的聚集，最終，大家能相會於此。應該說，「學科」只是整體的其他部分，不會再大了。學科的分類、差異和學科之間的較量，不過是研究方法上的不同與實踐而已，而不是一條船在離開此岸，準備駛向大海深處時，還不忘那條緊緊繫着自己的纜繩。我們若看不到學科之間的這種聯繫，看不到所謂學科本身的局限性，那麼「學科」不僅會成為分工社會的犧牲品，而且還會束縛住研究者的手腳。對於學科的存在，在反對和消解的同時，我們也需要轉換思路，站在學科的這一邊，畢竟人類思想某一分支的存在總是緣於關注到事物的某一方面，認識由此發展而來。傳播學有其存在的價值，也是因為研究者可以在這裏聚焦，共同進行人類傳播活動及其觀念的研究。因此，不管我們喜不喜歡提到「學科」這個語詞，將對學科的批判轉化為一個透視該領域研究問題的恰當視角，這也是本篇作者試圖辯證地認識學科問題的一種嘗試。

就「學科」自身而言，其實沒有尊卑貴賤，高下低微的分別。這裏概括的描述是，哲學並不比計量經濟學更尊嚴，傳播學也不一定比語言學更低下，但「學科地位」問題卻是存在的，比如傳播學、管理學、商學、計算機科學、法學、社會心理學等，就比傳統的學科如歷史、哲學和中國文學等在招收新生與畢業求職上要吃香很多。目前的傳媒業、市場經濟、商業化、網絡化時代，賦予了這些學科以重要的社會地位。然而，在這些學科或專業領域內工作的專家、學者和教師們，有時卻不以為然。1992年11月1日，在經國家技術監督局批准並公布的《中華人民共和國國家標準學科分類與代碼表》中，「新聞學」與「傳播學」被並肩排列，「傳播學」作為一個相對獨立的學科，在國家所制定的學科體制標準中，被確定為一級學科。<sup>1</sup>傳播學的學科地位也由此被凸現出來。儘管這一學科身份得到了制度上的確認，但是傳播學在傳

播學者的心目中，卻是一個沒有甚麼崇高地位的學科。

目前，在傳播學者眼裏，視傳播學科地位低下者已有主要的表現：第一、傳播學研究者不願申明或承認自己的傳播學科背景。一門學科若是沒有知識的境界，是不可信託的，身在其中，也是無從談論的；第二、傳播學缺少一個學科所應有的凝聚力，學科內無大師可追尋；第三、傳播學中文論著出版了一大堆，並非無文章可睹，可同行之間卻很少有人願意相互翻閱；第四、傳播研究者不樂於使用「傳播學」這三個字，並非出於對傳播研究知識開放性以及跨學科視角有利於打破單一的學科框架，打通更多學科對傳播問題研究的認可，而是出於對何為傳播，何為傳播學研究的問題有不甚分明的回避。總之，我們只有在不知道傳播學是幹甚麼用的，只有對這門學科的質量產生了懷疑，甚至產生了自卑心理的時候，才會讓人在所謂學科地位面前抬不起頭來，從而不敢大聲地說出「傳播學」這幾個字。

1978年，傳播學被引入中國大陸，在30多年發展之後，當「傳播」二字使用越來越廣泛時，我們自己把對這個學科的思考視為甚麼，放在哪個層面上討論，包括探尋學科特徵建構的可能方式等，其實是一些需要從理論層面研究和解決的問題。主要的理由是，要想為傳播學發展或傳播研究找到一個恰當的途徑，建構該學科應有的知識與尊嚴，我們就必須思考需要研究一些甚麼樣的問題。

## 影響傳播學科質量的問題

傳播學科、傳播研究領域、傳播學術研究成果，確有「質量」的問題。人有質量，事物也有質量。「質量」這個語詞的含義既能界說人的品格，也可以用來指稱事物的區別。「品」字是由眾人之口組合的，含義是要大家在一起，給出應有的或不應有的評價。在這裏，「質量」代表眾人對某一事物是否被重用的評斷，對事物既要從質量上認識，也要從人心裏，獲取存在的優劣標準。如果說有這樣一個學科存在，那麼質量代表着一個學科所生產知識的質量或質量，對知識生搬硬套、缺少科學規範、低水平重複、理論問題意識不強，缺乏突破性研究典範的研究等等，都是學科缺少質量的表現。(陳韜文，2008)大量沒有

質量的知識生產，不僅造成對人類生活毫無意義的廢品堆積，對學科自身的存在也是一種很大的傷害。

傳播學科質量具有兩層含義：一層是指傳播知識的進步要求不斷建構與更新理論與概念體系的能力；二是指傳播知識的應用程度，要滿足人在實際生活中對傳播概念及其理論的理解與使用。前者要求把研究者自身看作是創造知識的主體，而不僅僅是消化他人傳播知識的主體；後者要求傳播學知識能得到更有效的使用。

也許，「學科質量」這個語詞可能被認為缺少科學性，過於強調研究者的價值觀對科學研究的介入，但學科質量還是會表現出對知識建構的人文關懷，這有助於提高我們認識真理的能力。如果說知識是人類對世界的認識和理解，那麼有了對學科質量的把握，我們就知道甚麼樣的傳播現象更值得研究，甚麼樣的方法更恰當，甚麼樣的傳播知識更值得追求。

一個沒有標準，沒有質量的學科，必然是一個不受待見、沒有地位的學科，也是一個讓人呆在裏面，只能產生自卑感、喪失尊嚴感的學科，這種連帶關係是顯而易見的。由此推論，建立對傳播學科質量的認識，是十分重要和必要的。根據國家的科學標準，中國規定一個學科所應具備的條件是：有理論體系和專門方法的形成、有科學家群體的出現、有研究機構和教學單位，以及有學術團體的建立並展開有效的活動、有專著和出版物的問世等。（《中華人民共和國國家標準學科分類與代碼表》，1992）在此基本構成上，如果從科學研究的角度來判斷影響傳播學科質量的主要因素，應該有這樣幾個方面：（1）傳播學的解題能力；（2）傳播學科立本的焦點問題及其概念的建構與思考；（3）傳播學理論研究的深度和廣度；（4）傳播學應用領域的範圍、實踐的有效性及影響力；（5）傳播學研究群體的陣容、素質和能力；（6）傳播學學科的教育及職業培訓的狀況等。本文限於篇幅，僅對前面四個因素來綜合和討論。

從目前傳播學的發展來看，有兩種選擇或研究定向占據了突出地位。一種選擇是把傳播學研究簡約成媒介運用或傳播效果等單一主題為導向的、以定量實證為主要方法的研究，另一種選擇是全能視角地審視社會的傳播過程和傳播的人文價值、以定性思辨為主要方法的研

究。結合中國大陸的傳播學研究，我認為，傳播學研究缺少的是：介於兩級擺動之間的焦點問題的提出和讓一些焦點問題之間形成相互的競爭。

初步分析，有兩種比較明顯的不確定性因素可能導致傳播學在中國失去學科質量。一個是對傳播學科根源的不確定性，另一個是對傳播學科專業性全能視角的懷疑。首先，傳播學是一個吃百家飯長大的學科，這既是傳播學的優勢，造成傳播學的研究視野無比開闊，同時也表現出其明顯的弱勢，即傳播學容易變成供百家學術雜陳的一個容器。從二十世紀三十年代到六十年代，傳播學成為人類行為科學研究的一個最繁忙的交叉路口。(Schramm, 1963: 11)大家到這裏來只是路過，順便停一停，看一眼，插一手，留下的東西竟然成就了一門學科，甚至還發展出幾百套的傳播理論，而真正屬於傳播學的理論只是八、九十年代以來的少量研究。<sup>2</sup>翻閱傳播學發展史或學術簡史，真正創立傳播學的人，大都來自社會學、社會心理學、政治學、精神病理學、修辭學、符號學、人類學等學科背景，就連傳播學奠基人韋爾伯·施拉姆(W. Schramm)本人也是學文學的出身。(埃弗雷特·羅杰斯, 2008; 阿芒·馬特拉、米歇爾·馬特拉, 2008)顯而易見，傳播學是在各學科的邊緣地帶滋生出來的一門新興學科。按照這種情況，它作為跨學科研究的一個知識領域，應該具有一個開放的知識體系，既能分，也能合，即便想讓自己禁錮在一個狹隘的學科領域裏，恐怕也不大可能。然而，這種傳播學學科根源的不確定性不僅使得傳播學者很難有一個學科意識，而且中國人向來喜歡正宗的東西，如果傳播學沒有自己的根，或者即便是找到了根，卻發現這些根源長在了別人學科的基礎上，那在心理上也是難以接受的。

其次，一門學科專業是否具有權威性，與該學科歷史的開創人及其學術地位有關。在中國的人文社會科學領域，歷史學科的地位最悠久，因為它符合中國人的思維習慣。(翟學偉, 2005: 60)在西方人文社會科學領域，除了哲學，一定就是社會學最有地位了，甚至許多學科，都是從社會學中衍生出來的。(翟學偉, 2005: 60; 費孝通, 1985)<sup>3</sup>可以說，社會學的研究對象是社會現象，與社會需要解決的難題密切有關，而且社會學還涌現出許多受人尊敬的學科奠基人。<sup>4</sup>然

而，傳播學科的開山宗師施拉姆在西方社會科學中是缺少名望地位的，甚至連傳播學科內部也不願意承認他的功績與學術成就，他對傳播學的貢獻不在此文論列之中。<sup>5</sup>中國文化講「山不在高，有仙則名，水不在深，有龍則靈」，一個缺少大師的學科，無疑會受到學者們自己的輕視。

另一個是對傳播學科全能視角的懷疑。由於傳播學學科來源多樣化，學術視野比較寬闊，作為人類傳播行為和傳播現象的研究，可兼包眾目。在傳播學者眼裏，天下無一物不是傳播現象的顯現，傳播行為幾乎可以包羅萬象，傳播無所不能。傳播定義的長度經過從一個巴掌拍不響的孤掌難鳴，延伸到傳播行為是有意圖還是無意圖的黑白之辨等，這些都讓人見出傳播學跨學科的廣泛性，包括核心概念的豐富性與複雜性。當然，我們眼中的傳播現象也隨着這些不確定性而變得更加撲溯迷離，這些問題也導致了研究者對傳播學研究對象和傳播學專業性的模糊和不滿。

如果一門學科及其專業性的視角甚麼都是，那它肯定甚麼都不是，甚麼也都看不清了。在傳播學者眼裏，所有現象都可以被視為傳播現象，哪怕一塊石頭，如果有人踢它一腳，也是一種傳播或交流。這種泛化問題在傳播研究學術史上曾經作為一個焦點問題，進行過長時間的討論和爭辯，人們批評傳播學是一個甚麼都往裏裝的「筐」。有人論斷，傳播學的泛化與其跨學科領域的研究是有區別的。縱觀來自泛化和窄化的兩個問題，前者就像行李箱，被塞滿了奇奇怪怪的想法和意義。（理查德·韋斯特、林恩·H·特納，2007：7）後者則把傳播學窄化為大眾傳播研究或媒介研究的單一視角，加上以非科學化的方式盲目使用傳播的概念或語詞，不僅蔑視學科本身成為傳播研究者的病態表現，而且直接損害了傳播研究的科學價值。這些可能與對焦點問題的認識不足或缺少焦點問題造成的。

除了上述這兩個原因之外，對影響傳播學科質量的問題還缺少一個更為重要的認識視角，這就是，傳播研究領域缺少形成焦點問題及學術討論的氛圍。我們接下來再談。

## 傳播學的解題能力與理論建構能力

具有科學觀的傳播學者願意把傳播研究看作是一門科學，即「傳播科學」(communication science) (Berge & Chaffee, 1987)，也就是，傳播學科質量需要建立在一種恰當的科學觀念上面。

讓我們先憑着對科學研究目的性的認識，嘗試建立一種科學觀罷。科學研究有各種各樣的目的，但是科學的主旨在於解決問題。(拉瑞·勞丹，1999：13) 傳播學研究也可有各種目的，比如旨在揭示傳播科技的功能與媒介使用的力量，闡明媒介效果、信息的形成與發展，批判權力在信息生產與傳遞過程中的運作，理解信息和意義是如何在互動或溝通過程中產生關係的影響等等。但是把這些放在一個更高的認識層面，可以概括為：傳播科學研究的主要目的在於幫助解開或澄清社會及人的傳播形態或溝通實踐問題，特別是各種可能遇到的傳播或溝通難題。如果面前沒有這樣的難題挑戰，傳播學研究也就失去了發展的動力和方向，其結果必然就是，由於缺乏對根本問題的關注，缺乏解難題的能力，學科的質量尊嚴也被自動放棄了。

傳播學研究要找到根本問題，以解傳播或溝通的難題，為自己設立值得誇耀的學術質量，並非刻意追求知識的高端化，而是強調科學研究要以實際問題為出發點，展開對難題或謎題的尋找和論證，加強基礎研究，確立傳播分析的基本概念，為提高人類交往生活的質量服務，為改善人類傳播環境服務。回顧傳播研究的發展，讓傳播學得以確立的是一種行為的直線傳播模式。二十世紀四十年代中後期，美國政治學家哈羅德·拉斯韋爾(Harold Dwight Lasswell)等人從對二戰的宣傳研究中，破譯了描述人類傳播過程的一個謎題。他們提出了五個W的直線傳播模式。該模式由五個研究問題組成：「誰在傳播？說了甚麼？通過甚麼渠道？對誰說？取得了甚麼效果？」<sup>6</sup>這個傳播模式曾為二十世紀四十年代新興的人類傳播研究建立了科學研究的基本理論框架，曾經長期間地成為傳播研究的重要課題和建構理論的視角。

若是從知識論的角度出發，傳播學確立解題的科學觀至少可以牽扯出三個相互關聯的問題或方面。一、關係到傳播學在人文及社會科學領域如何立足的問題；二、關係到傳播學學科向哪個方向發展的問題



題；三、關係到傳播學怎樣找到和確定自己獨特的專業化研究視角的問題。找到這些問題，進行研究，嘗試解決，是提高傳播學科質量的主要路徑。如果說確立難題與解題能力都是在建構傳播學理論並使理論得到應用的過程中實現的。那麼，我們又遵從甚麼樣的邏輯，來設立自己理論建構的基點呢？

人們對理論的認識向來存在差異。是把理論當成是灰色的，不尚刻意追求和建樹，還是相信理論來源於宗教，把理論說成是對宇宙的一種觀念，古往今來，中西南北，眾說紛紜。但是哈貝馬斯(Jürgen Habermas)用了一句話，似乎解決了這些認識上的矛盾，他說：理論給生活打上自己的烙印，反映在已接受理論教育的人的行為之中。<sup>7</sup>理論無論是關於個人的，還是社會的，是關照自我體驗與觀察的，還是探視他人的、間接的、二手的，其意義總是與人類生活的意義相關聯的。既然生活是不會間斷的，那麼生活的意義就會由理論不斷給出並且進行描述。從這一點上看，理論研究的價值是顯而易見的，也是值得研究者恆久去追求的。

理論建構的能力是指：解題的結果可能會出現真正的理論，但是，已有的理論成果仍不過是科學研究過程的某一個臨時停靠站。事實上，理論是在不斷變化中形成的，而且需要不時地隨着問題的改變而更新和發展，通過批判的思維，前一個理論會為後一個理論指引研究的方向。不這樣做，理論自然會變老，甚至變成灰色的，簡言之，理論就是不斷地在研究範式的競爭中被顯露出來的。

我們說理論是建構的，一種含義是指理論的建構可以從日常概念的分析入手，先找到核心概念，再探求概念的歷史與演變，逐步擴展到其他相關概念，通過概念之間的聯繫與分析，建立初步的理論假設和基本概念系統。目前，我們在概念的建構與分析方面十分欠缺，充其量只是把概念研究理解為給所用的概念下一個定義。我們需要釐清現有傳播學及相關學科核心概念，更需要在傳播研究領域，發現、提煉、創造新的理論概念。<sup>8</sup>同時，也要研究核心概念之間的相互聯繫與基本概念的演變等。建構理論概念的另一個含義是指：由於在理論的探討中，思想極有可能出現空白、缺陷、不足和自相矛盾的地方，因此研究者必須通過學術共同體之間的交流和討論來克服、來解決。學

術領域內部的公開交流和理性討論的能力是構建新理論的重要保證。

目前，已有研究者切實指出了中國傳播學研究理論建構的主要方向，比如發掘具有理論意義的研究問題，關注人的社會交往實踐，給予行為、制度、象徵等各個維度上的考察。(潘忠黨，2003)從功能主義向建構主義轉化；從社會決定論向社會互動論轉化；從抽象的因果推論向具體的事實描述轉化；從事例歸納向意義解釋轉化。(黃旦，2008)<sup>9</sup>這是對傳播學研究的方法取向的認識轉型與重新定位。我認為，若能走上這樣一條轉型的道路，必會對中國傳播研究的學科質量與理論建構有所幫助。中國傳播學的發展之所以困難重重，可能還有另外的原因，我認為主要是沒有明確傳播研究的焦點問題，我們在下面繼續討論這一個問題。<sup>10</sup>

### 「關係價值」：傳播學研究的聚焦熱地

由於傳播並非簡單的信號傳遞，因此說傳播追求「信息價值」，乃是一個枉言。「傳播」(communication)這個概念經歷了不同的價值轉變，從個人的、單向的、獨有的、功能的，向關係的、雙向的、共有的、建構的發生了轉變。如果簡約的概括，傳播的現代含義是信息傳遞、意義交流和價值勸說的綜合。(居延安，2008)<sup>11</sup>那麼如此認識「傳播」一詞不僅為理解溝通、交流的傳播理念的不同層面提供了基礎，更重要的是，這些理解還帶來了「傳播」從「個人價值」向「關係價值」認識的轉變。

在眾多的傳播理論中，最具關係價值取向的是馬丁·布伯(Martin Buber)的對話論(dialogical approach)、米德(George H. Mead)和布魯默(Herbert Blumer)的象徵互動論(Symbolic Interactionism)、戈夫曼(Erving Goffman)的戲劇論(dramaturgical approach)、羅洛夫(Michael E. Roloff)在《人際傳播社會交換論》(*Interpersonal Communication: The Social Exchange Approach*)中總結的五種社會交換論、舒茨(William Schutz)的人際行為論(Theory of Interpersonal Behavior)、皮爾斯(W. Barnett Pearce)和克羅農(Vernon E. Cronen)的意義協調論(Coordinated Management of Meaning)及更近些的由巴克斯特(Leslie A. Baxter)和蒙

哥馬利(Barbara M. Montgomery)的辯證關係論(Relational Dialectics)等。雖然這些理論認識的視角不一，但它們都為理解傳播的關係價值奠定了理論基礎，都把傳播研究的熱情都獻給了對關係價值的探尋。

關係價值的研究也讓我們更深入地理解了人類傳播的真義所在。關係價值在具體的社會環境中是不一樣的，特別是在中國社會進行傳播學研究，不關心關係價值在中國社會的意義和作用，就無法準確摸到傳播研究的脈搏在哪裏。媒介、人情、面子、權力、權威、財富、地位、幸福、尊重、技術、仁愛、情義、衝突、和諧，沒有哪一點不是聚焦在人類關係交往之上的。

從傳播學視角來看，對關係價值的聚焦，指的是對人與人、人與社會、人與事物之間傳播關係的研究，其中包括了對其歷史淵源、關係特徵、性質規定和社會構成的研究。以關係價值及其傳播為研究的核心，既可以體現在社會學構成關係研究的四個一般問題層面上，即關係的種類、關係的建立與維持、關係的作用和關係網，(喬健，2006：83)同時，傳播學的關係價值研究視角更強調信息交流、意義溝通和價值勸說的作用，亦即傳播或交往的社會功能。

傳播或交往是關係的實現。(居延安，2008a)<sup>12</sup>這句話高度地概括了人類傳播之於關係的意義，沒有這樣的傳播活動，社會是不存在的，世間的關係是難以想像的。馬克思把社會看作是建立在交互活動的基礎上。他認為，不管社會其形式如何，社會總是人們交互活動的產物。(馬克思，1995：532)可以說，社會就是把個體聯繫在一起的，通過傳播、溝通和交往，形成的一個相互關聯的大系統，人類社會交往的終極目標是以溝通為目的，運用傳播作為手段，減少衝突，走向和諧。因此，我以為，無論是研究社會和媒介，還是研究人的傳播行為，必須將研究焦點聚集於關係價值的研究，非此不足以刨根究底、不足以把握各種問題的要害。現代傳播學研究，如果眼睛中看到僅僅是五顏六色的傳媒世界、媒介不盡的信息生產和傳遞，消費與爭奪，反倒讓媒介和信息也成為無本之木、無源之水——這木就是關係之木，這水就關係之水。

在當代社會，把由交往實踐所形成的關係作為媒介研究的核心價值，其時機已經成熟。無論是互聯網、手機等新媒體，還是報紙廣播

電視被當作大眾傳播的有效方式；無論是媒介文化、經濟研究、輿論研究，還是媒介素養研究，都有關係傳播的核心價值貫穿其中。以美國的變化為例，「9·11事件」之後，美國政府一直在反思「為甚麼世界憎恨美國」，注重通過媒介重建關係的視角非常明顯。前總統布什和新總統奧巴馬都任命了兩個來自重要媒體，對媒體運作極為熟悉的副國務卿，專門負責動員一切媒體和傳播手段，來為美國公眾外交與公共事物服務，以消除美國在國際地位上的「信任赤字」。<sup>13</sup>所謂公眾外交 (public diplomacy) 主要指一國政府對國外民眾進行外交的形式。主要有兩部分內容：一部分是傳播信息，塑造美國的正面形像；另一部分是通過交流與交往，與國外民眾建立長期的關係，為美國政策推行營造有利環境。公眾外交的傳播主要有三方面的工作內容：一是完成日常報導工作，包括對政府內外政策的說明；二是戰略傳播 (strategic communication)，通過媒體進行有象徵意義的傳播活動，推行政府的特定政策及主題；三是動員一切可傳播的媒體，包括培訓、設立獎學金、交換學者、召開學術會議、開放媒體等，同各國重要人物和公眾建立長期關係。新上任的朱迪斯·麥克霍爾 (Judith A. McHale) 在2009年6月11日發表講話說，要把公眾外交提升到國家安全需要的高度。她明確指出：公眾外交要在「空中」和「地面」兩個層面上工作：一是運用傳播，傳播不僅僅是發送訊息，還要通過溝通式的傾聽、接觸和對話的方式，通過媒體來解釋美國的政策和行動。二是充分接觸，通過地面上的人與人交流、溝通和組織傳播交往活動，加強關係方面的建設。她認為：這樣做不是一場宣傳比賽，而是一場關係比賽。她還特別提到了中國在關係建設方面的努力。(McHale, 2009) 當今，媒介研究無法回避關係建構的問題，無法脫離關係價值傳播的問題。在人類關係比以往任何時候都面臨危機的時刻，各種傳媒有責任幫助人類達成互信與和解，而不是製造更多的對他人的無知、不寬容、誤解和不信任。

無論從人類、國家層面，還是從個人層面，關係問題都已經成為傳播研究，包括媒介研究的一個核心價值，關係研究已成大勢。事實上，在傳播學界或傳播研究歷史上，已經出現了要把傳播研究放到探究人的本質和行為的高度。二十世紀六十年代，生成了跨學科傳播研

究群體「帕洛阿爾托學派」(Palo Alto School)，豎起了「傳播的本質在於關係和交往過程」的旗幟。在中國傳播研究領域也是如此，已經有了要把對社會結構和社會關係的研究放在更宏大的學術框架之中的想法。(陸曄，2008；吳飛，2009)

然而，自從「傳播」一詞隨着現代傳播理論進入中國社會以來，我們對這個語詞的理解和使用還沒有分出層次來。有研究指出，我們要知道在甚麼情況下使用「傳播」，在甚麼情況下使用「溝通」、「交流」和「交往」等，對於這些，特別缺少來自概念和學理上的梳理。(郭中實，2008)其實，無論傳播，還是溝通、交往、交流等，都是對人類關係的管理。至少，我們現在不妨嘗試一下，能否把「傳播」、「溝通」和「交往」與「關係」緊緊連接起來，建立聯繫，以至融成一體？這種嘗試有可能使傳播研究更接近於在中國社會日常生活中所存在的真實含義，從而發現在中國社會關係傳播的意義。我們甚至可以用「拉關係」一詞(去其貶義)來觸動傳播學在中國社會研究的價值之所在。<sup>14</sup>從缺少進行傳播研究和分析傳播的基本概念，到對關係傳播領域的研究不足，就無法構成一個有效的，用於觀察、解釋與分析的知識體系。

我覺得，知識還是原生的好，思考問題的方式也是原生的好。要想找到可能存在那個傳播學原生態知識的領域，不妨把「傳播的關係規定」和「關係的傳播過程」研究作為中國傳播學研究的一個領域，一塊聚焦熱地，使之成為中國傳播理論的首要產出之地。研究中國人的傳播方式與行為，需要知道文化根源在甚麼地方。我們可以這樣假設，中國的傳播理論，中國人的傳播思想是以關係為本位而建立和形成的。中國人信奉關係，無論是早期《詩經》中傳頌的「在水一方」的關係，還是諸子經典裏有關「仁愛」關係價值的論辯，關係在傳統的中國概念體系中是具有核心地位的。除了「仁愛」的關係概念討論之外，屬於中國傳播概念體系的，也是最有解釋力和最具核心層的還有「道」、「天」、「人」等。(趙汀陽，2005：161-162)<sup>15</sup>

中國社會是一個關係價值取向的社會，人們對「關係」二字再熟悉不過了，對關係有甚麼用處也是再清楚不過的，這一點無可懷疑。中國人對傳播或溝通的理解是生命的代代相傳，生生而不窮，也是做人與處事，是與生存相關的重要的生活經驗。在進行關係處理時，關係

可以具體為「人緣」、「人情」、「人倫」的交往實踐。(翟學偉, 2005: 16)<sup>16</sup>此外, 君臣、父子, 夫婦、兄弟、朋友之交, 乃是天下人共由的道路, 這也是人人皆知的。(關紹箕, 1994) 可以說, 中國傳統思想文化的核心本身就是對人與人關係的闡述。中國人的傳播或交往動機和結果, 也主要系之於關係價值一身。

由於社會現象主要產生於人的交流行為, 產生於關係網絡和人際互惠, 關係價值是人類傳播, 交流、溝通、互動結果的體現, (阿芒·馬特拉、米歇爾·馬特拉, 2008: 10) 因此不研究關係價值, 無法進入中國社會的傳播現象研究, 無法進入中國人的傳播行為研究。關係不光給我們個人帶來幸福不幸福的感覺, 個體快樂不快樂的經驗, 關係也讓我們思考人類的整體生存環境, 思考國家、社會和世界的命運等大問題。然而, 關係傳播可能是人類共同面對的難題, 「關係比訊息的內容更為重要」。(Griffin, 1997: 25) 維持關係和積極創造關係, 已經成為我們這個時代, 成為個人、社會和家庭生活等領域的中心問題。

台灣傳播學者提出了一個令人關注的問題: 即關係研究應該是華人傳播研究現階段最具理論發展潛力的研究主題。應該從華人文文化概念出發, 與西方理論與現象對話。關係研究可以從世界觀和科學哲學層面着手, 探討關係概念在本土傳播使用中的意義問題, 同時在社會科學研究中, 建立對中國社會不同關係類型的科學認知。(黃憲惠, 2007) 如果說我們需要為傳播學在中國社會的未來發展找到焦點問題或一個大的方向, 那麼關係價值的研究可以作為傳播學研究的一個存在方式, 成為能用來分析與解釋本土傳播現象與行為的知識源泉。

傳播學在中國的研究尚未形成能代表該學科特徵或傳播研究發展方向的焦點問題。我們可以借用齊爾格特·鮑曼 (Zygmunt Bauman) 的視角來予以觀察。鮑曼認為: 能確定不同學科之間差異的只有兩種方式, 一是要找到每個學科或研究分支所研究的最為典型的問題; 二是找到各學科在研究過程中如何把自己的發現組織到一些重要而有用的概念中去或建構出理論等。(齊爾格特·鮑曼, 2002: 7-10)

30年來, 傳播學的引進研究有點像結網捕魚, 我們不能只忙於結網, 而忘記捕魚, 若能捕到大魚, 才真正符合「漁夫」的身份。從學科的意義上講, 學科的身份要求我們一方面要充分利用西方傳播研究的

有用資源，一方面要研究中國人的傳播形態與行為表現，建立具有解釋力的傳播理論及其概念體系。一句話，傳播理論只有與社會交往實踐融為一體，才能真正展現自身的魅力，才能讓呆在這個圈子裏的人產生有尊嚴的感覺。

## 傳播學「關係價值」研究的領域及其問題

也許有人以為，中國人對關係的工具化使用是無所不用其極的，因此對關係價值的傳播學批判研究頭等必要。然而，與其說這種研究視角要喚醒的是我們的批判意識，莫如說我們更樂於向人類提供對關係價值的理性選擇。在一個多元價值的世界裏，批判早已變得異常艱難，倒也不是因為過於艱難才要放棄批判的，而是因為批判必須從屬於選擇，必須以人對關係及其傳播行為的選擇為前提。對於關係價值的研究，我們需要客觀的思考，科學的探求，需要採取批判性思維，才能順利進入一個可能的研究框架裏面去。

在日常生活中，人們理解傳播的方式主要有兩種：一種是在意識層面，對傳播或溝通缺少敏感度。這種最為貼身的人類行為，形同白色的迷障，讓人視而不見；另一種是在器物層面，傳播或溝通被作為手段和技巧，比如我們把信息視為時間和金錢，通過廣告去大肆購物，運用交往策略去拉關係，甚至去坑害他人等。兩種情況可能都與把傳播理解為工具的使用有關，這種理解不斷隨着新媒體的誕生和使用而越發變本加厲起來，同時也構成了關係價值研究的理論環境。

對於關係價值研究，也可簡單地分成兩大類：一類表現為工具理性的溝通或交往行為所創造的關係價值，比如占居社會主流價值觀的一夫一妻制等；另一類則由經驗事實的溝通或交往行為所創造的關係價值，比如塑造社會群體的某種文化規範，以及關係交往者日常交往實踐中的言行舉止等。

工具理性更多的指向對關係的理性使用；經驗事實則是指有經驗來源的交往事實，大都是人可以通過親身體驗或直接經驗的事實。（陳嘉映，2007：121）經驗事實也可以被看作是一種已知的現象，在人的親身經歷、體驗和體會之後，經驗事實成為交往行動的指南，包括人

對日常關係認知的傳播理論和觀點等，比如城裏人不喜歡鄉下親戚，這是經驗事實，職場上的人必須學會與人合作是經驗事實，中國新聞媒體要遵循與黨中央保持步調一致，也是經驗事實。

工具理性和經驗事實二者之間既有區別，又有聯繫。區別主要表現在關係的形態與結果上。我們需要知道，「理性」的觀念並非西方的一項專屬，中國人的理性觀念從先秦諸子那時就已經開始了。陳嘉映認為：諸子的思想整體地形成了對天地人事的理性態度，並為中國人提供了理性思考的原型。「諸子的導向使中國成為世界上最為理性的民族。」(陳嘉映，2007：38)對於中國人，千百年來，理性負有對社會關係的生成與選擇之重任。

如果說工具理性把關係對象看作是達成交往目的的主要手段，對關係交往過多講求實際效益的話，那麼是否有利可圖，僅此一點，就會成為人們對關係存在與發展方向的各種推測或批判，比如對自己沒好處的事決不去做，利用關係交往的時機，幫助實現個人利益的追求等，成為這種傳播行為發生的主要理由和動因。應該說，由工具理性的溝通所創造的關係大都是物化關係，表現為人與物，利益與計算，只關心個人處境的關係。當然，工具理性也有自己的生存優勢，在受到他人的選擇束縛的關係及其對象面前，可以發揮個人最大的創造性和自由。

與工具理性的關係不同，經驗事實的溝通所創造的關係基本上是感應關係。感應關係是受到中國文化特別強調的一種關係形態。從被過分誇大的角度看，程子說過：「天地間只有一個感與應而已。」「凡君臣上下，以至萬物，皆有相感之道。」(《二程集》，1981：152、854)只有深刻知曉這樣一個道理，才敢如此大話感應的意義。不能否認，這種感應說確實揭示了關係發生的現象及其本質。如果說關係是由傳播建造的經驗的事實，不如說關係更是相互感應的結果。同聲相應，同氣相求，這是指同類關係發生了溝通和交往；鷄犬不聞，老死不相往來，是指不同類的關係交往，其結果必然是無感無應的，沒有感應，關係也就沒有了，不存在了。對於中國人，感應的交往總是易於在有對應的關係中獲得發生，如天地、男女、陰陽、剛柔、動靜、闔辟等等。對應關係愈大愈廣泛，其經驗事實和感應也就愈強烈愈多



樣。人與人之間的感應越複雜，生成的關係也越複雜。西方社會所形成的平等關係則可以與之形成不同的研究參照體，這可以在未來詳加論述。<sup>17</sup>

工具理性與經驗事實相互聯繫的地方是：首先，兩者都包括了講求經驗，甚至說，都在關係中使用着經驗事實。比如我們在自由市場上討價還價，絕不是已經知道利益有多大，利益有沒有，而是一種無法確定的，依照經驗進行的溝通和揣摸或預設。其次，無論是工具理性的關係價值研究，還是經驗問題的關係價值研究，都得服從於生活的要求。生活要求傳播研究能為人提供多樣的理論或觀念的選擇，使人類關係向好的方面發展。如果我們還不知道向哪裏去尋找真正的研究問題，那麼就回到日常生活中去，傾聽生活要求我們去做甚麼和怎麼想。

我們都知道中國人對關係的感知力與想像力是無以倫比的。拉關係在中國人生活中的重要地位和成功率之高，足以說明這個現象；我們也發現中國人對關係的複雜感念越來越趨於弱化了。由於功利心太強，人們對關係對象越來越缺少同情心，關係被簡單化到只想對自己有好處，而不顧後果，關係只服務於權力、金錢和私心，雖說這種關係出現了，可人卻無端地消失了，衝突關係最終難以避免地會發生。因此，通過傳播研究視角，揭示關係價值的發生，揭示由溝通、交流或互動等傳播行為建構各種關係的真相，為人對關係的理性選擇提供方便，建構科學判斷和解釋的知識體系，就會成為傳播研究的一種社會責任。可以說，傳播學研究最終目的是要為社會創造一種關係價值，因為幾乎每個社會、每個人，在長久或短暫的一生中，都有希望通過傳播或溝通，建立穩定、持久的交往關係的需要。

關係價值的傳播學研究領域相當寬廣。從媒介、信息、意義的交流到全球、國家、民族，社會和個人的關係及日常生活各個層面，從大眾傳媒、手機、互聯網到一些被稱為中國社會主體的中下級層，開始成為了信息的擁有者和信息的製造者，(邱林川，2008：73)把傳播或交流作為建立關係的媒介或工具，才是中國人在日常生活中所表現出來的最為普遍而基本的狀態，更多的還有對傳播與關係價值取向的選擇。

人們對於傳播、溝通和交流這個概念認識的進步程度，等同於他們有效、合理、人道地使用傳播工具的程度。在這種意義下，缺少以人為中心的關係視角的研究，更易使人們在高度技術性的層面上，被技術牽着鼻子走，導致僅理解傳播在社會中被使用的媒介性含義，從而忽略了傳播作為人類情感交流與文化觀念差異之間的對話和重建的重要意義。如果說「傳播學特別關注傳播過程中的平等、公正、自由、民主、均衡問題，它的基本價值也就是人類社會的終極價值」，(郭慶光，2004)那麼從關係價值的傳播學研究做起，極有可能是一種恰當且必要的選擇。

除此之外，對於關係的認識，人們雖然擁有豐富的經驗事實，可是人們並不知道主宰關係的傳播、溝通和交往過程究竟會有着怎樣嚴重的結果，會對關係雙方造成多大的傷害。從已知到未知。我們雖然有了眾多的傳播定義，但對於傳播仍然處在越來越多的未知當中。我們與他人說話，對他人做事，卻不知下一時刻會發生甚麼。我們每天說話都是在傳播，這一點並不稀奇，可是我們對身處其中的關係結構與環境，可能引發的衝突和誤解並不清楚。人們從關係的交往中發現了越來越多，越來越複雜的交往、交流、溝通和互動的意義。

有研究者還提出了華人關係取向研究可能建立理論的一些層面。這種觀點認為，與關係價值研究相關的構念包括：關係宿命論、關係和諧性、關係相互依賴性、關係角色化、關係類別化等，要把這些層面作為觀察人們關係行為的基礎。<sup>18</sup>(黃懿惠，2007)顯然，這也是一種有「我」的研究思路，從有中國人自己的問題入手，進入有「我」之境，以我觀物，以我觀世的傳播學研究。受哈貝馬斯的觀點啟發，我們認為，在追求知識的過程中，這種有我的研究，即認知主體的主體性地位問題，是非常重要的。認知主體(研究主體)不能失去對自身特徵的認識，因為這些特徵將影響知識產生的可能性和模式。(哈貝馬斯，2008：733)

## 結語

30年來，中國的傳播學研究主要是在兩種選擇之間的徘徊：一種選擇是把傳播研究簡約成媒介研究一個主題，使之成為傳播研究的一個焦點；另一種選擇是把傳播研究當成是全能視角的研究寶典，甚至是治理社會的萬能良藥，被用得寬泛而模糊。表面上看，我們的研究主題已經很多，很豐富，但稍加整理和歸納之後便會發現，許多研究無非是在這兩種視點之間權衡距離。

面對複雜的人類傳播行為，面對豐富的社會傳播現象，我們遠未達到理論研究取向多樣化的程度。從今天的成果看來，我們對學術道路的選擇、思考和設計不是太多了，而是太少了。增加一些能參與相互競爭的理論研究取向，擁有更多不屬於已知事物的，超出單一理論視野的另外一些選擇，比如增加一個注重關係價值研究的傳播學視野，這些對於促進學科發展和研究進步都是十分必要的。

傳播是與人和社會密切相關的事物。傳播可大可小。說小了，傳播，在每個人的眼前和手邊，聽、看、觸摸都是人最常使用的交流器官，傳播就流通在社會日常生活和人的說話辦事的方式裏；說大了，傳播是一個使事物與事物，事物與人，人與人發生關聯的社會交往系統，決定人類生活的質量高低，更是社會發展和人類文明進步的動因。（阿芒·馬特拉、米歇爾·馬特拉，2008：6）全球化、地球村、國家、民族、組織和個人，都交織在由傳播所建造的關係之中。在人與事物面前，傳播是說了算的，更是會產生後果的。傳播的重要後果造成不同性質的人類關係。

這個世界可能需要倫理的判斷，也可能需要思想的批判，但若沒有傳播學對關係價值研究這樣一個視角，倫理的判斷和批判的存在就不算是恰當的。面對人類關係價值討論的重要性，無論怎樣強調傳播的意義，強調研究視角的重要性都不算過分。有了各種關係，人和社會才需要有倫理；有了對關係傳播倫理的選擇，才會出現針對某種傳播選擇的批判。

由於對學科質量的理解可能存在差異，因此能引導中國傳播學研究走上與現在不同道路，從而獲得徹底改變現狀的東西，還是一些等

待我們探尋的謎題。聚焦關係價值的傳播學研究只是一個並未引起足夠重視的方向，那學問到底能做得多大、到底能燃起多少傳播學者的研究熱情，還需要不倦的求索和努力，這裏只是拋磚引玉地提出了這個問題。

## 註釋

- 1 可查閱1992年11月1日國家技術監督局批准的《中華人民共和國國家標準學科分類與代碼表》。南京大學段京肅教授提供了相關信息資料。段京肅一直提倡要糾正目前對傳播學科在大陸得到確立時間的誤用和誤傳。
- 2 如不確定性降低理論、關係辯證法理論、傳播隱私管理理論等。此外，研究者對七種傳播學教材進行分析，發現有近250種不同的理論。參見Craig (1999)，轉引自石義彬(2008)。
- 3 費孝通認為，孔德在《實證哲學》裏首次提出的社會學這個概念，並把社會學看作是研究社會現象的科學。這個概念，後來因為從不同的角度研究制度問題，又被繼續分化。一是從社會科學中分出了不同的門類，比如政治學，經濟學等。二是從社會學內部又發展出知識社會學，宗教社會學等。(費孝通，1985：90-91)
- 4 如社會學家安東尼吉登斯認定的四個社會學經典奠基人。(安東尼·吉登斯，2003：5-15)
- 5 施拉姆在中國的傳播學界名聲大振，影響深遠，他是在二十世紀八十年代初把西方的傳播學火種傳送到中國來的，已經載入中國傳播學發展史的一個重要人物。
- 6 有關對拉斯韋爾的深入研究可閱讀：劉海龍(2009)、高海波(2009)、Wood(2004：17)。
- 7 理論一詞來源於宗教，是哈貝馬斯的考證。他指出古希臘的城市把派遣到參加公眾慶典活動的代表稱為理論家。是用理論向聖靈敬獻忠心。參見哈貝馬斯(2008：734)。
- 8 有關概念與理論之間的關係可參見陳嘉映(2007)、郭中實(2008)、陳向明(2000：9)。
- 9 同時在《新聞大學》刊發的還有潘忠黨的文章。我認為這一段話很重要，就抄錄在此，供大家查閱方便。「我們如何和從哪裏開始建構理論，找到研究的真問題，理論研究應當避免甚麼。當然不是在反對理論，也不是反

對理論在研究中的運用，更不是反對理論和取向的多元；我反對的是將理論——或者將被某些以政治或文化資本之擁有而界定的權威所簡約或扭曲的理論——當作教條，認定它具有不可置疑的科學性，將自己的研究降格為教條的腳注，將這些權威的論斷或宣稱當作不容置疑的真理或事實。提出、探討並解答研究問題。這樣的問題所產生的基礎是我們生活其中的歷史現實，所遵循的邏輯是我們獨立批判的理論思考，所帶有的價值取向是普適人文精神的呼喚，所期待的功效是思想的光亮，所包含的是作為學者對自己的角色、立場、預設等的自覺反思。」潘忠黨(2008)。

- 10 居延安認為：傳播研究主要是信息、媒介和人這樣三個支點。他還指出：communication 這個概念在中國使用是有層次性的，這個語詞可以理解為關係之間的交流、溝通、播出傳開三個交往層面：交流信息、溝通意義和價值勸說。(居延安，2008a：51；2008b：162)。
- 11 這種從關係層面的理解更接近於我們想使用的傳播定義。(居延安，2008b：164)。
- 12 居延安引用並一再強調經典作家關於「交往乃關係實現」的論斷。交往作為關係實現的一個過程，他把這個過程分解成了「信息交流、意義溝通和價值勸說」三個分析維面。(居延安，2008a：48)
- 13 2005年7月，前總統布什任命 Karen Hughes，她本人就是學新聞出身，做過七年電視臺記者。2009年5月，奧馬巴提命的曾任美國電視「發現傳播公司」(Discovery Communications) 總裁和總經理的 Judith. A. McHale 宣誓就職，這兩人都都是媒體專家。她當發現傳播公司的總裁之後，該公司的年收入增長了十倍，現在每年年收入達30億美元。這些說明她是一個傳播實踐經驗十足的人。
- 14 翟學偉從社會心理學視角對人際關係概念做了探討和研究。從他的研究中可以看到西方使用的人際關係這個語詞非常多的與 communication 的基本含義相同。(翟學偉，2005：78)
- 15 趙汀陽的另一本書《論可能生活》對研究中國社會及中國人的傳播行為非常具有啟發性。
- 16 我以為此書可證明：翟學偉的本土研究是至今中國社會進行傳播行為研究的一個典範。
- 17 此段認識主要來自與中國社會科學院社會學所司馬雲杰先生交談時的一段思想記錄。對感應的思想已記錄在他正在撰寫的著作《中國思想史論》一書之中。我認為，中國文化裏的感應觀念所揭示的溝通與交往關係類型與西方社會講求平等關係的理念可以形成一種對照式的研究，這也是本文作者想要在今後繼續研究的問題。

- 18 此外，我們目前對「傳播」一詞的認識和使用還沒有分出層次來，我們在甚麼情況下使用「傳播」，在甚麼情況下使用「溝通」、「交流」和「交往」、「媒介」等，缺少對這個概念的考察與來自學理上的梳理和審視。

## 參考文獻

- 《二程集》(1981)(王孝魚點校)。北京：中華書局。
- 《中華人民共和國國家標準學科分類與代碼表》(1992)。國家技術監督局。
- 石義彬(2008)。〈關於中國傳播學教育的幾個問題(三十而立：中國傳播學未來之筆談十二)〉。《新聞大學》，第2期，頁52-54。
- 安東尼·吉登斯(2003)。《社會學》(第4版)(趙旭東等譯)。北京：北京大學出版社。(原書 Giddens, A. [2001]. *Sociology* [4th ed.]. Cambridge: Polity Press.)
- 吳飛(2009)。〈傳播研究的自主性反思〉。《浙江大學學報(人文社會科學版)》，39(2)，頁121-128。
- 邱林川(2008)。〈信息「社會」：理論、現實、模式、反思〉。《傳播與社會學刊》，第5期，頁71-99。
- 阿芒·馬特拉、米歇爾·馬特拉(2008)。《傳播學簡史》(孫五三譯)。北京：中國人民大學出版社。(原書 Mattelart, A., & Mattelart, M. [2004]. *Histoire des théories de la communication*. [3e édition]. Paris: La Découverte.)
- 居延安(2008a)。《關係管理學》。上海：復旦大學出版社。
- 居延安(主著)(2008b)。《公共關係學》(第4版)。上海：復旦大學出版社。
- 拉瑞·勞丹(1999)。《進步及其問題》(劉新民譯)。北京：華夏出版社。(原書 Laudan, L. [1977]. *Progress and its problems: Toward a theory of scientific growth*. Berkeley, CA: University of California Press.)
- 哈貝馬斯(2008)。〈認識與旨趣〉。謝立中(編)，《西方社會學經典讀本》(頁733-747)。北京：北京大學出版社。
- 埃弗雷特·羅杰斯(2008)。《傳播學史：一種傳記式的方法》(殷曉蓉譯)。上海：上海譯文出版社。(原書 Rogers, E. M. [1994]. *A history of communication study: A biographical approach*. New York: Free Press.)
- 高海波(2009)。〈美國傳播學的冷戰宣言——重評拉斯韋爾的《社會傳播的結構與功能》〉。《國際新聞界》，第2期，頁5-8。
- 馬克思(1995)。《馬克思恩格斯選集》第4卷。北京：人民出版社。

- 郭中實(2008)。〈概念及概念闡釋在未來中國傳播學研究中的意義(三十而立：中國傳播學未來之筆談三)〉。《新聞大學》，第1期，頁8-11。
- 郭慶光(2004)。〈多角度審視傳播學〉。上網日期：2010年3月19日，取自 <http://news.xinhuanet.com/newmedia/2004-06/11/>。
- 陳向明(2000)。《質的研究方法與社會科學研究》。北京：教育科學出版社。
- 陳嘉映(2007)。《哲學科學常識》。北京：東方出版社。
- 陳韜文(2008)。〈中國傳播研究發展的困局：為什麼與怎麼辦？(三十而立：中國傳播學未來之筆談二)〉。《新聞大學》，第1期，頁1-7。
- 陸曄(2008)。〈新聞院系體制下中國傳播學研究的局限和未來之可能(三十而立：中國傳播學未來之筆談十三)〉。《新聞大學》，第2期，頁55-56。
- 理查德·韋斯特·林恩·H·特納(2007)。《傳播理論導引：分析與應用》(劉海龍譯)。北京：中國人民大學出版社。(原書 West, R., & Turner, L. H. [2003]. *Introducing communication theory: Analysis and application* [2nd ed.]. New York: McGraw-Hill.)
- 喬健(2006)。〈關係芻議〉。楊國樞(編)。《中國人的心理》。南京：江蘇教育出版社。
- 費孝通(1985)。《鄉土中國》。北京：三聯書店。
- 黃旦(2008)。〈由功能主義向建構主義轉化(三十而立：中國傳播學未來之筆談十)〉。《新聞大學》，第2期，頁39、46-48。
- 黃懿慧(2007)。〈華人傳播研究：由何處開始？〉。華人傳播研究工作坊，2007年12月15-16日 台灣政治大學新聞館。上網日期：2008年1月31日，取自 [http://tw.myblog.yahoo.com/chinese\\_com99/article?mid=14&prev=15&next=13&l=f&fid=5](http://tw.myblog.yahoo.com/chinese_com99/article?mid=14&prev=15&next=13&l=f&fid=5)。
- 翟學偉(2005)。《人情、面子與權力的再生產》。北京：北京大學出版社。
- 趙汀陽(2005)。《沒有世界觀的世界》。北京：中國人民大出版社。
- 齊爾格特·鮑曼(2002)。《通過社會學去思考》。北京：社會科學文獻出版社。(原書 Bauman, Z. [1990]. *Thinking sociologically: An introduction for everyone*. Cambridge, MA: Basil Blackwell)
- 潘忠黨(2008)。〈反思、思維的獨立和研究真問題(三十而立：中國傳播學未來之筆談五)〉。《新聞大學》，第2期，頁30-33。
- 劉海龍(2009)。〈一篇存在爭議的傳播學奠基文獻〉。《國際新聞界》，第2期，頁9-14。
- 關紹箕(1994)。《中國傳播理論》。台北：正中書局。
- Berge, C. R., & Chaffee, S. H. (Eds.). (1987). *Handbook of communication science*. Newbury Park, CA: Sage.

- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field, *Communication Theory*, 9 (2), 119–161.
- Griffin, E. (1997). *A first look at communication theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- McHale, J. A. (2009). Public diplomacy: A national security imperative. Address at the Center for a New American Security, Washington, DC.
- Schramm, W. (1963). *The science of human communication: New direction and new findings in communication research*. New York: Basic Books.
- Wood, J. T. (2004). *Interpersonal communication: Everyday encounters* (6th ed.). Boston, MA: Wadsworth.

## 鳴謝

本文受益於美國中央康州大學傳播系居延安教授及浸會大學黃煜教授的重要點撥與修正，特此鳴謝。