

學術對談

公共關係/策略傳播範式轉變和語境本土化 ——機遇、挑戰與思考：對話黃懿慧教授

對談人：黃懿慧、黃煜、敖頌



黃懿慧教授
(Prof. Yi-Hui Christine Huang)

「一直以來，公共關係都被認為是一個重視組織視角、促銷與盈利的行業或專業。但是，過去十幾年來，我持續在倡導『尊重公眾』的視角，以及重視降低衝突、危機、風險及信任等各類『成本控損』的概念。這個倡議，也逐漸在相關領域的研究議程中得到印證。議題管理、危機管理、折衝與談判，都是公共關係重要的核

黃懿慧，香港城市大學媒體與傳播系講座教授。研究興趣：公共關係管理、危機管理、衝突與談判、跨文化傳播與關係研究。電郵：yihhuang@cityu.edu.hk

黃煜，香港浸會大學傳理學院教授。研究興趣：新聞與媒體表現、傳播政治經濟學。電郵：s03033@hkbu.edu.hk

敖頌，澳門大學社會科學學院傳播系博士後。研究興趣：網絡傳播、公共關係。電郵：harrisao@um.edu.mo

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

心概念與知識。剛剛所提到的雙向溝通、互動、對話、即時、跨界、資料分析、共創、對話、涉入與參與、聲譽、和諧關係、信任管理等概念，也成為相關研究的核心主題。」

Dialogue

Opportunities, Challenges, and Thoughts of Public Relations and Strategic Communication

Discussants: Yi-Hui Christine HUANG, Yu HUANG, Song AO

Abstract

Prof. Yi-Hui Christine Huang is a distinguished scholar in the field of public relations. In this dialogue, Prof. Huang was invited to share her insights on the development of public relations research. To start with, she introduced the history of public relations, by mentioning the paradigm shift from media exposure to relationship management. She clarified the cross-disciplinary feature of public relations as a field, and illustrated the origin, development process, and meanings of the relationship management perspective. She also mentioned that social media provides a mutual communication channel which empowers publics in the interaction with organizations. Such channel raises the importance of organization-public relationships and engagement in both academia and industries.

Then Prof. Huang addressed the legitimacy issue of public relations as an academic discipline. She compared the development and current situation of public relations discipline development in the United States and China. In the United States, legitimacy of public relations is not a problem anymore. But it is still challenged according to identity, efficiency, and morality in China, even

Yi-Hui Christine HUANG (Chair Professor). Department of Media and Communication, City University of Hong Kong. Research interests: public relations management, crisis management, conflict and negotiation, intercultural communication and relationship studies.

Yu HUANG (Professor). School of Communication, Hong Kong Baptist University. Research interests: journalism and media performance, political economy in communication

Song AO (Post-doctoral Fellow). Department of Communication, Faculty of Social Sciences, University of Macau. Research interests: computer-mediated communication, public relations.

Communication and Society, 56 (2021)

with an increasing demand of public relations scholars and professions. She suggested that body of knowledge is essential to the legitimacy and development of public relations as a discipline, and used the Communication Perspective Context (CPC) model to explicate the central body of knowledge of public relations research: the transparent, mutually beneficial, and long-term relationship between organizations and publics.

Prof. Huang also shared her thoughts about adopting U.S.-centered public relations theories to the Chinese context. She suggested scholars to consider both theories and specific cultural context, to improve the theory validity in different contexts. Regarding the development of digital technologies, she discussed opportunities of public relations research, and pointed out the benefits and concerns of using big data in public relations research. Finally, Prof. Huang offered some suggestions to students and young scholars about doing research.

Citation of this article: Huang, Y.-H. C., Huang, Y., & Ao, S. (2021). Opportunities, challenges, and thoughts of public relations and strategic communication. *Communication and Society*, 56, 1–24.

黃懿慧教授簡介

黃懿慧教授現任香港城市大學傳播及媒體講座教授。黃教授畢業於美國馬里蘭大學大眾傳播學院，研究領域為傳播與溝通管理、形象與聲譽管理、新媒體信息傳播、公共關係管理、危機管理、衝突與談判，以及跨文化關係研究等。黃教授研究聚焦於建構華人傳播模式與理論，並探討該領域所面臨的挑戰。黃教授曾任美國哈佛大學法學院談判課程傅爾布萊特訪問教授、加州大學伯克利分校和平與衝突研究中心、紐約州立大學布法羅分校、澳大利亞昆士蘭大學商學院與廣告行銷與公關學院、以及新加坡管理學院等學校之訪問教授。

黃懿慧教授的研究共獲得35個國際與地區性獎項，包括：由美國國家傳播協會(NCA, National Communication Association)頒發的公共關係學最佳期刊論文獎；由台灣國科會頒發的傑出研究獎；由台灣政治大學頒發的研究講座教授獎；由國際傳播協會(ICA, International Communication Association)頒發的公共關係組(Public Relations Division)最佳會議論文獎和最佳教員論文獎，以及由香港中文大學頒發的校長模範教學獎和社會科學院模範教學獎等。

黃懿慧教授多次應邀參加國際會議，擔任大會主旨發言與演講。過去的十年裡，先後在美國、奧地利、澳大利亞、韓國、中國大陸、香港、台灣等地獲邀發表了19篇國際主題演講。此外，在學術和專業會議及研討會上受邀發表逾100場演講。黃教授目前擔任*Journal of Public Relations Research*以及《傳播與社會學刊》的副主編、*Journal of International Crisis and Risk Communication Research*的創始編輯委員會成員，以及《傳播研究與實踐》的編輯顧問。此外，黃教授還擔任傳播和公共關係領域主要國際SSCI學術期刊編委，如*Journal of Communication*、*Communication Theory*、*Public Relations Review*、*Asian Journal of Communication*等。

YH：黃懿慧

HA：黃煜、敖頌

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

HA：黃老師您好，感謝您接受我們的訪問。許多人對公共關係有不同的看法和定義，首先，您可否介紹一下公共關係的定義、起源、發展和現況？

YH：這個領域目前比較常用的說法是公共關係與策略傳播，為方便起見，整個訪談我會以公共關係來指稱。

對於公共關係的認知和界定，各方的歧異的確相當大，美國學者Harlow (1976)曾訪問83位公共關係學、業界人士，並整理出472種定義。簡單來說，公共關係是一門研究「組織與其相關利益關係人間傳播、溝通與關係管理的學科」。公共關係發展的歷程則可以從其歷經不同的典範(範式)轉變來看。早期大家認為公共關係主要是作媒體曝光，逐漸轉成重視形象與聲譽行塑，然後再轉為從利益關係人角度出發的認知管理，最後再發展成現在普遍重視的關係管理和信任管理。簡單來說，範式轉移的歷程為「知名度管理→媒體報導管理→認知管理→聲譽管理→關係管理→信任管理」。

HA：在過去的四十餘年間，公共關係已經在學術與實務兩個方面成為了傳播學領域中不可或缺的一個專門分支。那麼首先想請教您，公共關係理論在當代傳播學領域中扮演了怎樣的角色？

YH：回答這個問題之前，請容我先說明一下公共關係學的跨學科特性與淵源。上世紀80、90年代之前，公共關係學與「管理/公共行政」兩個學科的關聯性較高，主要原因與溝通的對象——利益關係人的特質有關。內部員工是管理學聚焦的對象，外部公眾則是公共行政與治理的重點。1990年後，公共關係與傳播學的關聯日益緊密。可從四個面向來看。

第一，早期公共關係被國際傳播學會界定為「興趣團體」(interest group)。1998年美國兩個國際級傳播學會(ICA及AEJMC [The Association for Education in Journalism and Mass Communication])則已認可公共關係為傳播領域中的獨立學科(division)。目前，美國大學中公共關係學科大約有八成以上隸屬於傳播學門或新聞學院。

公共關係／策略傳播範式轉變和語境本土化

第二，公共關係學科與傳播學的關聯性也可以從其發展的階段歷史一窺究竟。1975年前公共關係處於非學科/跨學科階段，1975到1990年間則為轉型期/學科前階段，1990至1999進入年輕獨立學科階段，2000後則發展至成熟學科階段(黃懿慧，2017)。

第三，就內容的連結來看，公共關係與傳播的關聯性主要包含以下元素(Hutton, 1999)：說服、倡議、公共資訊、導因關聯(cause-related)之重視大眾利益的說服形式、形象與名譽管理，以及關係管理(p. 205)。傳播領域所研究的媒介效果、說服效果、認知－態度－行為的關聯性，都是公共關係研究及教學的重點。

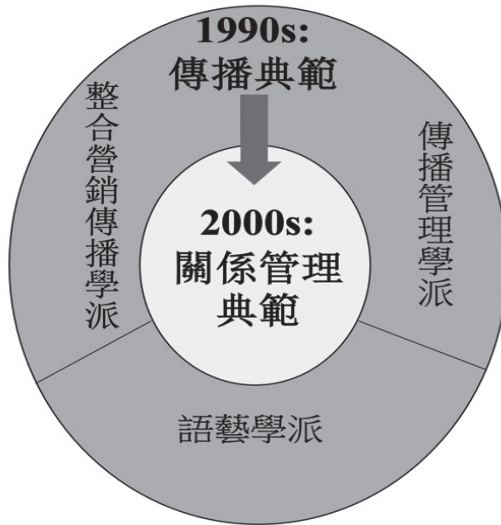
然而，需要強調的是，如果說媒介研究(media studies)著重於探討媒體或媒介的本質，以及媒體使用者的傳播與訊息擴散行為，相對而言，公共關係研究則聚焦於從組織、企業或傳播者的角度，來探討傳播與溝通的效益問題。

第四，公共關係與傳播學系的關係，還可以從其與傳播理論的關聯性來討論。從傳播學經典理論出發，公共關係研究有三個研究視角：管理、語藝或修辭、和批判(黃懿慧，1999)。這三個研究視角各有不同的理論預設和世界觀，其對公共關係的定義、社會角色、所欲解決的問題本質(如對衝突解決的看法)、大眾傳播效果、對閱聽眾或公眾的認定，乃至於所援引的傳播理論，也都有不同的視角和研究重點。

另外必須強調的是，自2000年之後，公共關係研究又產生了一次重大的範式轉變，那就是從「傳播」的視角，轉向「關係」的視角，可以用圖一來展示。

《傳播與社會學刊》，（總）第56期（2021）

圖一 公共關係研究的範式轉變



HA：您可否深入說明一下這個「關係」轉向的範式？

YH：是這樣的，2000年前公共關係的理論與研究，主要歸屬於傳播學的羽翼，但2000年之後，則開始轉向研究「關係」。這個範式改變可能與三個現象有關。

第一，公共關係的經典研究——「卓越研究」(excellence study)以及其他諸多研究都發現，公共關係的主要價值在於「建立組織與公眾間『長期與互利』的關係」(Dozier, Grunig, & Grunig, 2013)。然而，公共關係學者發現，傳統的傳播理論主要聚焦於探討媒介本身；當涉及閱聽眾時，則著重探討訊息處理，以及態度與認知形成/改變的說服效果。然而，這些理論框架似乎不足以真正反映「關係」的本質。此外，公關效益評估指標長期以來局限於「宣傳效果」，宣傳效果也無法與「關係」進行本質的連結。再者，2019年的一個針對六本公共關係與策略傳播期刊的最新研究也發現(Ki, Pasadeos, & Ertm-Eray, 2019)：關係管理、危機溝通、新媒體以及對話，已經取代以前的研究主題，成為公共關係領域四大研究主題。這個向「關係」轉向、向公眾或利益關係人轉向、向對話及對等關係轉向的趨勢是相當明顯的。

第二，這個朝「關係轉向」(relational turn)的轉變，其實也跟2000年之後許多學科是並行發展的。譬如，關係轉向的社會學(Powell & Dépelteau, 2013)，關係轉向的人際傳播學(Ramirez & Zhang, 2007)，關係轉向的政治學(Selg, 2016)都有類似的趨勢。

第三，新科技的發展、社交媒體的盛行，以及日益增多的衝突與危機情境，也在促使學界以及實務界將研究重點轉向探討「涉入與參與」(engagement)這個重要的概念。這裡所說的涉入與參與，包括了組織和公眾雙方之溝通與關係形成的過程——在認知、情感，以及行為上的互動、參與及投入(Huang, Ao, Lu, Ip, & Kao, 2017)。隨著涉入與參與之關係概念的比重增加，跨學科的元素在公共關係研究中更加明顯。

HA：確實，公共關係研究已經不再局限於早期以組織為核心的傳播視角，而包含了組織—公眾共創的對話視角或是組織在一個環境(如：特定市場或社區)的網絡視角。因此，許多近期的公共關係研究使用社會網絡(social network)的研究路徑或網絡研究法(network analysis)來分析組織跟公眾之間的關係或傳播效果，進一步發展公共關係理論體系。這趨勢也深化了公共關係的「關係範式」對傳播學領域或跨學科研究的貢獻。關係範式已經發展了超過三十年，作為組織—公眾關係(organization–public relationships)理論方面的專家，您認為關係研究視角對公共關係理論體系和行業實務的主要貢獻為何？

YH：我在2001年的一篇論文中談到了從「傳播」轉向「關係」管理的範式轉變(Huang, 2001)，這個轉變的意義不僅在於理論構建上，也另外為行業實務提供了發展方向的指引。我在這篇論文裡對「組織—公眾關係」的測量進行了改進，後來也得到了來自全球多個國家學者的廣泛引述和應用。

「組織—公眾關係」的測量主要包括四個概念，即信任(trust)，滿意度(satisfaction)，相互控制度(control mutuality)，和承諾(commitment)。在東亞文化的情境下，我另外提出了「面子與人情」(face and favor)作為第五個測量維度。現在，越來越多學者和行業專家注意到，不僅僅是東亞，「面子與人情」在其他

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

文化背景中也非常重要。此外，「相互控制度」也是一個值得關注的測量維度，這一概念指的是：在一段關係裡，並不是組織掌握絕對話語權，公眾也應該有權力發聲。相互控制度的概念在社交媒體盛行的這樣一個公眾具有高話語權和影響力的時代，對學界和行業都是很有啟發性的。另外，「信任」也是另一個關鍵要素。近年在科技、工業與經濟迅速發展下，「高風險認知與低信任模式」已內化成為人們的思考模式；一系列人為、生物，以及天然的風險、危機與抗爭事件已成為系統性的存在。人們的風險與維權意識日益提高，使得組織難以再用傳統的宣傳、單向傳播或不對等溝通的方式來進行溝通工作。信任建立乃至於信任重建已成為各國政府、各類企業，非營利組織，乃至個人面臨的高度挑戰（黃懿慧，2015）。

此外，我在之前也提到，另一個在當下被廣泛關注的概念是涉入與參與，這個概念與「組織—公眾關係」量表中的信任也是息息相關。不僅在公共關係或傳播學領域，自然科學學者也已相當關注。我在2018年曾被世界原子能基金會（IAEA, International Atomic Energy Agency）邀請作大會主題演講。作為該大會所邀請的第一個非自然科學領域的學者，我的演講題目是「跨文化的參與策略」。前段時間我請來了 *Public Relations Review* 的主編 Maureen Taylor 作演講，她也提及被邀請到「世界衛生組織」（WHO, World Health Organization）作關於 COVID-19 中公眾參與的主題演講。自然科學領域的專家渴望知道如何更有效地跟一般大眾溝通，因為專家談的東西，外行人通常不認可或者聽不懂。他們想要知道除了注意內容外，有何策略能夠幫到他們更好地和公眾對話，增加公眾的參與。

HA：由於早期公共關係研究主要基於管理學、傳播學、修辭學等其他領域的理論，且學科實務性較強，外界對公共關係學科的正當性曾有一定程度的質疑。雖然公共關係研究及理論已有明顯的發展，但在理論的體系化及清晰化上仍受局限。且因源至於西方發達國家，公共關係在全球各地的發展及概念化的程度不一。您認

為在公共關係的學科正當性是否依然是一個問題？除此之外，當代公共關係學科或專業還面臨哪些重要的挑戰？

YH：是的，公共關係的確長久以來就有妾身不明與學科正當性的問題，而且中外皆然。廣泛地來講，應用型學科的學科正當性問題在學術界中一直存在辯論。許多社會科學 (social science)，包括社會學與傳播學皆歷經這個過程。比如，傳播學的學科正當性危機的相關議題在1990年代已引起廣泛討論，探討的議題包括學科認同、核心思想、理論基礎、研究方法，乃至學科命名等。

美國和中國大陸公共關係學科的發展，基本上都經歷了為學科正名的過程，但最終發展結果卻大不相同。

先來說說美國吧！1923年，愛德華·伯納斯 (Edward Bernays) 於紐約大學開設美國第一堂命名為公共關係的課程，開啟了公共關係學科化的道路。但是，這門課因同時來自於學界和業界的壓力，開授兩年就無疾而終。學界不認為公共關係具有學術研究能量，業界則如同以前質疑醫學、法律、新聞學科等課程一樣，認為公共關係教育不重要，累積實務經驗才是要務。

經過半個世紀之沉寂，美國公共關係教育在1970年代才再度啟航，歷經了轉型期，目前已經發展成熟，成為獨立學科，也不再具有學科正當性的問題，可以從以下幾個指標進行判斷。第一，在教學方面，目前全美開設公共關係專業的學校已達三百多所，博士點、碩士點、和本科項目均有開設，獲得公共關係學士學位的人每年大約在一萬人左右。第二，在研究方面，公共關係相關領域目前已有六本獨立學刊。第三，在跨學科的論文引用上，以前是公共關係學者引用其他領域之論文，譬如：傳播學其他子學科、心理學、政治學或社會學，但到了1990年代後期，公共關係研究已經開始引用自己領域的論文，其他領域引用公共關係論文的比例也有很大的提升。第四，ICA、AEJMC、NCA、IAMCR等大型國際學術會議中，公共關係都有了屬於自己的獨立分區，學科正當性與學術正當性在過去這二、三十年間，有了很大進步，已經不再是個問題。

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

接下來我們看看中國大陸的情況。1980年代，中國大陸開始引進公共關係教育。1985年首個公共關係專科專業在深圳大學開設，1994年中山大學成立第一個公共關係學本科專業，2014年華中科技大學打造第一個公共關係學博士點，截至2013年，中國設置公共關係學本科學位的高校僅計18所。2011年，教育部將公共關係併入行政管理領域，引發了公共關係學本科專業的去留危機。公共關係學科的正當性挑戰，來自三個部分。首先是公關的西方舶來品身份與反西化浪潮帶來的「身份正當性」挑戰，其次是缺乏有效的評價體系用以評估公關的價值催生的「效用正當性」挑戰，最後是公關從業人員在人情和倫理色彩濃厚的中國文化情境中如何應對倫理困境的「道德正當性」挑戰(Hu, Huang, & Zhang, 2015)。不僅在學界，公共關係在實務界的正名問題，情況也是相當嚴峻。如同學界一樣，業界專家也不太願意用「公關」二字，而是採用戰略傳播、策略傳播、整合傳播等相對「委婉」的說法。

整體說來，公共關係學科和行業對人才的需求殷切，在中國、美國，乃至於全世界都是一樣的。舉例來說，香港中文大學企業傳播碩士課程、香港城市大學整合營銷傳播碩士課程，以及香港浸會大學媒體管理碩士課程，每年都有超過一千名以上之申請者，反映市場的高度需求性。另外，我過去10年間有七個博士生畢業，他們都在國內、外找到相當好的工作崗位。其中兩位任教於上海交通大學、一位任教於浙江大學、一位在上海大學、一位在香港恆生大學、一位在美國舊金山大學、另外一位則即將任職於南京大學。但是，公共關係的正名問題仍然存在，這個現象很值得我們注意和觀察。

不論如何，我想強調的是，一個應用學科的學術力，是決定該學科是否得以成熟發展的重要內核。換言之，學科認同以及學科中的核心知識體系、理論基礎和研究方法對學科正名至關重要。

HA：您剛剛提到公共關係的核心知識體系對學科發展十分重要，可否據您的研究為例做些說明？

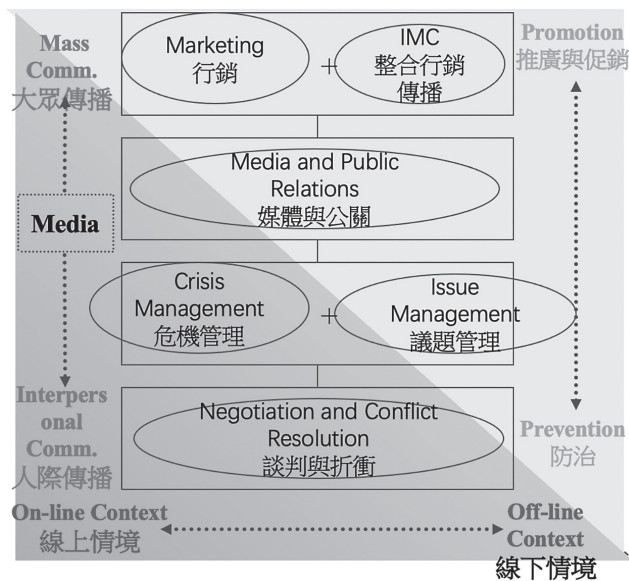
YH：我近二十年來做了一些理論建模與創新量表的建構，包括：風險溝通模式(黃懿慧、王嘯、方慧妍、吳秋荻，2019)、危機形

公共關係/策略傳播範式轉變和語境本土化

象修復策略 (Huang, Lin, & Su, 2005)、策略傳播CPC模型 (Communication, Perspective, Context Model)、公共關係價值整合模型 (Huang, 2012)、策略傳播模式與指數量表 (Huang, 2004)、策略傳播範式轉移模式 (黃懿慧, 2012)、核心價值與信任建模 (黃懿慧, 2015)、個人影響模式 (Huang, 2000)、跨文化整合衝突解決與危機溝通模式 (Huang & Bedford, 2009)、以及關係取向概念與量表 (Bedford, Huang, & Ito, 2021; Huang, Bedford, & Zhang, 2018) 等。

我想以策略傳播CPC模型，針對你所提到的公共關係核心理論體系的問題來作一點說明。

圖二 策略傳播CPC模型



如剛剛所說的，公共關係是「組織與其相關公眾間溝通與關係管理」的一門學科。CPC模型即涵蓋這個主要定義的三個重點面向。第一個面向是C (communication)：公共關係或策略傳播必須同時具備「大眾傳播」(mass communication)與「人際傳播」(interpersonal communication)的核心知識。第二面向是P

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

(perspective)：必須同時兼顧組織與公眾視角，缺一不可。一般而言，組織常著重於進行產品、服務、概念、甚或立場的推廣 (promotion)；但同時，組織必須考量利益相關方的利益和需求，從而進行議題管理、危機管理和衝突管控及防治 (prevention)。第三個面向是另一個C (context)：廣義而言是語境或社會情境，狹義而言則指線上 (online) 跟線下 (offline) 的情境。

公共關係的理論、研究與實踐的重點，是在多面向的決策困境中 (dilemma) 取得平衡：組織或公眾視角？推廣或防治？大眾傳播或人際溝通？應重視盈收獲利 (revenue generation)？或應著重降低衝突、危機、名譽損傷、信任危機甚或訴訟所帶來的成本支出 (cost reduction)？

一直以來，公共關係都被認為是一個重視組織視角、促銷與盈利的行業或專業。但是，過去十幾年來，我持續在倡導「尊重公眾」的視角，以及重視降低衝突、危機、風險及信任等各類「成本控制」的概念。這個倡議，也逐漸在相關領域的研究議程中得到印證。議題管理、危機管理、折衝與談判，都是公共關係重要的核心概念與知識。剛剛所提到的雙向溝通、互動、對話、即時、跨界、資料分析、共創、對話、涉入與參與、聲譽、和諧關係、信任管理等概念，也成為相關研究的核心主題。

總體而言，如何在多面向的決策困境取得「組織—公眾關係」之平衡，是公共關係研究的核心議題。具體來說，如何在組織和公眾的利益間取得透明的、雙贏的、長期互利關係的平衡狀態，是公共關係理論與研究的核心知識體系。我個人也相信，這樣的核心知識體系，也是促使這個領域得以永續及成熟發展的重要驅動力。

HA：CPC 模型確實為公共關係的概念化提供了一條好的路徑。在現今公眾授權 (empowered stakeholders)，每個人都可以成為一個自媒體影響他人的時代，組織處在高風險的環境中；組織確實更需要使用公共關係來管理議題、處理危機，降低非必要 (不當運作) 的支出。CPC 模型中的防治層面代表公共關係的管理維度，也體現了公共關係對「組織可持續化」的具體價值。

公共關係理論大多都是基於美國的組織與公眾情境，公共關係在理論的建構上常遭受「過於以美國為中心」的批評。因此，公共關係理論的發展也致力於全球化和本土化，或是全球在地化（glocalization）。文化的異同往往是考慮理論本土化的主要方向。我們知道您致力於研究公共關係理論在中華情境下的本土化，您認為在理論本土化方面，公共關係學界主要應該思考哪些方面？

YH：有關研究之本土化與全球化的問題，是我過去這幾年學術研究的一個中心思考問題。「華人傳播」指的是在華人文化語境中，對傳播分享行為及其文化意義所進行的研究。華人傳播研究中主要探討以下問題：研究方向為何？研究應強調歸納普適性理論，抑或將重心置於解決本土化問題？相較於西方主流研究取向，華人傳播研究在世界觀、理論預設與研究方法上特殊性為何？理論建構過程應關注哪些前提條件？我在2010年發表了一篇有關華人傳播研究的論文（黃懿慧，2010），總結了四種華人社會的傳播研究取向。包括：（1）理論中心——通則化理論建構之傳播研究；（2）文化中心——華人本土化傳播研究；（3）文化比較取向——「中、西」（廣義而言）比較之傳播研究；（4）文化間傳播（intercultural communication）——文化融合、雜混、交融研究。

我對四種研究取向作出解釋及批判性思考，並通過比較總結出不同取向的共性，提出華人傳播研究發展與理論建構在世界觀、理論預設、理論前提以及研究方法上所應關照的問題（黃懿慧，2010）：（1）從文化導向上探討東西方社會世界觀的異同，以及其對華人傳播研究取向的影響；（2）檢視華人傳播本質意涵，進而與西方主流理論對話；（3）提升情境敏感度，審視東西方不同文化背景下，理論概念、個別變項以及研究方法本質上之異同。「中程理論」（middle range theory）的理念（祝建華，2001；Starosta, 2006）或許是個值得參考的方向——理論建構的範圍始於特定時間與地點，一方面強調在地化實際操作經驗與成效，另一方面則嘗試普適性理論總結。換言之，在處理在地化問題的同時，將世界觀、理論預設與前提、以及研究方法等問題納入考量，進而朝「適度推論」（在前提與預設之情境基礎上）之「理論概化」方向努力。

《傳播與社會學刊》，（總）第56期（2021）

再來談談公共關係研究的本土化問題。西方有關公共關係之研究主題雖然廣泛——涵蓋概念、測量與管理等面向——但是大多數局限於單文化之討論。換句話說，相關研究主要以西方個體主義之社會文化為理論預設基礎，具跨文化關懷的理論鳳毛麟角。因此，若希望真實反映中華情境下的公共關係面貌，必須深切探討理論應用之「文化普同」與「文化特殊」兩個面向，「文化普同」意指理論具有跨文化之適用性與解釋力，「文化特殊」觀點則認為應考量個別社會文化的在地特質。針對上述的問題，我主要採用兩種研究策略：(1) 針對研究問題，參閱西方相關理論著述，閱讀時探討這些理論的前提與假設，尤其側重分析理論之應用是否具跨文化預設之差異；(2) 以「理論放空」的心態觀察台灣在地之公共關係、溝通與傳播現象；其後，在實證研究過程中則抱持對資料敏感、讓資料說話的態度。

因為大部分現有的公共關係理論還是源自西方，目前的一個現象是，在華人的語境下，欠缺足夠的本土理論將學術概念與實踐聯繫起來。然而，實務「理論化」是學者的當務之急。我們可以問自己這些問題：在西方語境下行之有效的公共關係策略，為什麼放在華人的語境下會失效？原因何在？比如，在2011年的「郭美美事件」中，紅十字會明明按照經典危機傳播理論中的策略進行了回應，為什麼公眾並不接受？研究發現，雖然中國大陸對政府機構信任度相當高，但對於其他機構，比如NGO (non-governmental organizations) 的信任度卻是低的，這種與西方理論預設不符的情況，就解釋了經典危機溝通理論在中國大陸語境下失效的原因。

因此，在對經典理論進行本土化時，我們應該分成兩個層面來討論：一個是理論本身，另一個是社會因素。換言之，如果你的研究發現西方的理論無法順利地在本土化的過程中得到複製，不妨靜下心來進行深度探討，去發現「不順利」背後的原因。當把社會因素納入考量後，回過頭來你即可去更新原有的理論，這也正是我個人在研究中最感興趣的部分。

此外，「關係」是研究華人社會的核心概念，但本土化關係研究卻較少將此概念納入，相反地，更側重於以個人主義和個人行為為源頭的西方公共關係理論。「關係」是一個跨文化現象及跨學科的概念，我從2001年開始引入「關係取向」概念，探討當代華人社會公共傳播中「組織與利益相關方」關係。我從社會心理學及文化心理學角度出發，提出研究華人社會文化之「關係取向」理論模型，並構建「關係取向二因子模式」——包括「關係中心取向」及「關係理性取向」二因子（黃懿慧，2002; Huang et al., 2018）。這一理論模型進一步對西方「集體主義」理論進行揚長避短之探討，也挑戰了西方「集體主義」及「個人主義」二元對立模型概化不同國家與文化的區分。再者，我個人也希望探討「關係取向」理論的跨學科應用，尤其注重與公共傳播理論及組織網絡理論等領域的對話。

HA：近20年亦是公共關係理論快速發展的時期，公共關係研究的發表不僅在數量上遽增且在發表於其他學科期刊的比例也有相當大的提升。在實務方面，公共關係的行業規模及服務專業度及廣度也是大幅度的增加。這些發展與外界環境的改變，如社交媒體的普及、智能手機的廣泛應用、公眾的授權及主動參與等息息相關。在新的時代裡，您認為公共關係領域有哪些發展機遇？

YH：我想可以從以下幾個面向來看。

第一是融合 (convergence) 的概念，高新科技的發展促進了媒體融合、內容融合、乃至於行業融合。嚴格說來，公共關係、廣告、新聞的行業界線已經漸趨模糊。此外，大量的新興行業，譬如電商直播、自媒體博主、遊戲、動漫角色扮演 (cosplay)、選秀娛樂等更是帶來了大量與策略傳播相關的工作崗位與研究需求。剛剛說過，公共關係或策略傳播具有高度跨學科與跨領域整合的特質，所以我相信這一學科有一定的能量，迎接融合趨勢帶來的挑戰與機遇。

第二，高新科技尤其是社交媒體帶來了組織和公眾間關係的轉變。首先，組織和公眾的概念已經從原來信源和接收者的身份發生了變化，如今公眾不僅可以繞過作為把關人的傳統媒體直接

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

溝通組織，還可以對組織提供的內容進行篩選接收。在傳統的傳播學研究中，媒介效果和受眾一直是分開的，但公共關係卻始終致力於探索兩者間互動的過程，社交媒體的出現，為公共關係研究提供了更多的可能性，發揮著催化劑作用。

第三點是現實與理想的差距。社交媒體的確讓組織與公眾間的權力關係產生反轉變化，彌補公眾動員資源不足的情況，對於重視組織與公眾關係的專業而言，潛能不容小覷。然而，我在一項探討網路公共關係現況的研究發現(黃懿慧, 2012)，雖然新媒體的確具有諸多傳統媒體無法比擬的優點，然而在世界範圍內，企業應用新媒體的速度與品質仍有很大提升空間。此研究發現網路公共關係在實際操作上，「硬體表現優於軟體、形式重於內容、速度重於品質、組織導向重於公眾導向」(p. 181)。此外，組織端對公共關係的控制程度相當高，採取雙向互動或對等溝通形式的企業仍為數不多。這個現實與理想的差距為研究發展提供了更廣闊的空間。

HA：是的，您的論點也解釋了為何對話式傳播、意義共創和社會網路等路徑成為了近期公關研究的主流；它們接對焦於媒介效果及組織和公眾間傳播的轉變。您談到了公共關係領域發展的機遇存在於高新科技，尤其是互聯網的技術發展之中。而對基於互聯網的公共關係研究來說，數位數據(digital trace data)是我們所經常要處理的一種大數據。對於許多公共關係領域的學者和行業專家來說，大數據目前還是一個新的概念及運用，您能具體談談它會對學界與實務界帶來怎樣的改變嗎？

YH：是的，後數字化時代以及社交媒體的發展，的確使傳播學和公共關係的研究方向和主題呈現出更為多元化的發展態勢，數字化傳播學研究逐漸成為學界關注的焦點。我的一個研究就發現，與2008年之前的數字化公關研究相比，2008年後的研究：(1) 社交媒體已經成為了主要的研究課題；(2) 數字公關研究正逐步理論化；(3) 研究方法呈現多元化的趨勢。簡單來說，研究結果表明，近年來數字技術的發展，使研究範式(非理論範式)開始發生轉變(Huang, Wu, & Huang, 2017)。

讓我們來縮小範圍談談大數據，大數據的主要優勢就是它可以提供大量行為方面的數據。然而，如何描述、解釋、甚至預測這些行為數據，則是學界與實務界共同面對的難題。我認為，對數據的解釋離不開理論框架的指導。而且，理論最好是先於數據。

我個人對大數據的量及質，抱持著敬畏的心態。但是同時，我視大數據為一種「加法」，它與傳統的資料收集方法（如問卷、內容分析、訪談、田野、實驗）可以進行驗證、補充、甚至或整合之三角（triangulation）功能，但並非取代。

研究者的基本訓練和能力，尤其是理論化、抽象化、研究設計、建模與驗證、邏輯思維及辯證能力，是基礎也是王道。簡單來說，對數據的描述、解釋與預測，離不開理論框架的指導。

舉一個例子，我最近在研究傳播學這個領域，究竟是走向融合還是走向發散。一開始我的團隊找到了世界QS排名前一百的學校裡的傳播學項目，然後用電腦去運算，去觀察它們發展的趨勢究竟是融合還是發散。如果沒有理論框架，找不到分析數據的切入點，再多再好的數據也只是一團亂麻。反過來說，如果能以理論假設為出發點，我們才能數據分析的結果進行系統性的描述、解釋乃至於加入其他變項的預測。這個其實和傳統的假設檢驗和推論統計很像，都是基於理論假設來分析數據，只是現在可以透過更大量的行為基礎的數據，研究更多的問題。

HA：您在公共關係的理論建構方面做出過傑出的貢獻，很多您的學生也已經成為了領域中堅。身為資深的學者及教育家，最後，可以請您談談對於如何成為一個成功的學者，您會給學生們和新人學者什麼建議呢？例如，如何決定研究主題？

YH：我就用愛情來作類比吧！

擇你所愛：做研究是很辛苦的，需要投入大量的耐力、體力、精神與時間。如果你的研究領域、研究問題、研究方法不是你真正感興趣及具有熱情的，是很難持續下去的。我記得寫博士論文的時候，我每天早上都會迫不及待地想起床開始寫作。甚至，午夜夢醒之際突然想到一些假設，就會跳起身做統計檢驗，看我的假設是否得到驗證，我知道那是我真心所愛及感興趣的事物。

《傳播與社會學刊》，（總）第56期（2021）

至於如何選擇研究主題，我個人覺得有兩種途徑。第一是取材自日常生活裡的觀察和經驗。譬如，我的博士論文寫的是台灣立法院和行政院互動關係的研究。主要的靈感是來自常常被國際媒體所報導的台灣立法院打架的新聞。我內心會提出這些疑問：為什麼會這樣？溝通與關係出了什麼問題？如何衡量關係？公共關係策略與關係建立以及衝突解決之間的關係為何？這些問題成為我博士論文的主題。第二個途徑就是大量閱讀文獻，對學界前沿趨勢保持高度敏感性。如果一篇論文的產生是一百分的話，我個人認為文獻閱讀必須佔前面的百分之六十至七十的比重。因為大量的文獻閱讀會培養你對該領域研究議程（research agenda）的敏感度，也會增強你對該研究主題的信心。回應剛剛我博士論文中關於台灣行政、立法兩院關係的研究，透過大量文獻閱讀，進一步強化了我對該主題的重要性、延展性、可研究性，以及應用性的信心。

愛你所擇：這個應該不言而喻。如同我剛剛講的，研究的歷程相當艱辛，鍥而不捨，對真理與研究結果抱持求真求實求美的堅持，是產出滿意成果的必要條件。

建立愛的能力：前面提到的研究能力，除了大量的文獻閱讀之外，研究設計的能力、各類研究方法、資料收集方法、以及分析方法的訓練和能力，乃至於整合不同研究方法的能力、理論與實證資料對話、反芻及理論化、抽象化、理論建模的能力，也都是訓練扎根的必要條件。

在你愛的地方：這是來自我自己的經驗及體認。我一直關注與華人文化與當代華人社會相關社會相關的課題，並發展了適用於華人文化語境的一系列傳播學理論。扎根於自己生長的地方，用心去感受這片土地獨特的文化，當愛得深沉，她也自然會回饋於你。

黃懿慧教授著作選

- 黃懿慧 (1999)。〈西方公共關係理論學派之探討——90年代理論典範的競爭與辯論〉。《廣告學研究》，第12期，頁1-37。
- 黃懿慧 (2002)。〈「關係取向」理論模式初探：組織與利益關係人關係之探討〉。《本土心理學研究》，第18期，頁95-172。
- 黃懿慧 (2010)。〈華人傳播研究：研究取向、辯論、共識與研究前提〉。《新聞學研究》，第105期，頁1-44。
- Huang, Y. H. (2001). OPRA: A cross-cultural, multiple-item scale for measuring organization-public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 13(1), 61-91.
- Huang, Y. H. (2003). A Chinese perspective of intercultural organization-public relationship. *Intercultural Communication Studies*, 12(4), 151-176.
- Huang, Y. H. (2010). Theorizing Chinese communication research: A holistic framework for comparative studies. *Chinese Journal of Communication*, 3(1), 95-113.
- Huang, Y. H., Bedford, O., & Zhang, Y. (2018). The relational orientation framework for examining culture in Chinese societies. *Culture & Psychology*, 24(4), 477-490.
- Huang, Y. H., & Su, S. H. (2009). Public relations autonomy, legal dominance, and strategic orientation as predictors of crisis communicative strategies. *Journal of Business Ethics*, 86(1), 29-41.
- Huang, Y. H., & Zhang, Y. (2015). Revisiting organization-public relationship research for the past decade. In E. J. Ki, J. N. Kim, & J. A. Ledingham (Eds.), *Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations* (p. 3-27). New York: Routledge.
- Lu, Y., & Huang, Y. H. C. (2018). Getting emotional: An emotion-cognition dual-factor model of crisis communication. *Public Relations Review*, 44(1), 98-107.
- Wang, G., & Huang, Y. H. C. (2016). Contextuality, commensurability, and comparability in comparative research: Learning from Chinese relationship research. *Cross-Cultural Research*, 50(2), 154-177.

《傳播與社會學刊》，(總)第56期(2021)

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 祝建華 (2001)。〈中文傳播研究之理論化與本土化：以受眾及媒介效果的整合理論為例〉。《新聞學研究》，第68期，頁1-22。
- Zhu, Jianhua. (2001). Zhongwen chuanbo yanjiu zhi lilunhua yu bentuhua: Yi shouzhong ji meijie xiaoguo de zhenghe lilun wei li. *Xin Wenxueyanjiu*, 68, 1-22.
- 黃懿慧 (1999)。〈西方公共關係理論學派之探討——90年代理論典範的競爭與辯論〉。《廣告學研究》，第12期，頁1-37。
- Huang, Yi-Hui. (1999). Xifang gonggong guanxi lilun xuepai zhi tantao—90 niandai lilun dianfan de jingzheng yu bianlun. *Guanggaoxue yanjiu*, 12, 1-37.
- 黃懿慧 (2002)。〈「關係取向」理論模式初探：組織與利益關係人關係之探討〉。《本土心理學研究》，第18期，頁95-172。
- Huang, Yi-Hui. (2002). “Guanxi quxiang” lilun moshi chutan: Zuzhi yu liyi guanxi ren guanxi zhi tantao. *Bentu xinlixue yanjiu*, 18, 95-172
- 黃懿慧 (2010)。〈華人傳播研究：研究取向、辯論、共識與研究前提〉。《新聞學研究》，第105期，頁1-44。
- Huang, Yi-Hui. (2010). Huaren chuanbo yanjiu: Yanjiu quxiang, bianlun, gongshi yu yanjiuqianti. *Xinwenxue yanjiu*, 105, 1-44.
- 黃懿慧 (2012)。〈網路公共關係：研究圖像與理論模式建構〉。《傳播與社會學刊》，第19期，頁181-216。
- Huang, Yi-Hui. (2012). Wanglu gonggong guanxi: Yanjiu tuxiang yu lilun moshi jiangou. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 19, 181-216.
- 黃懿慧 (2015)。〈重建公眾信任的危機對應策略危機〉。《哈佛商業評論》，第109期，頁54-57。
- Huang, Yi-Hui. (2015). Chongjian gongzhong xinren de weiiji duiying celue weiiji. *Hafo shangye pinglun*, 109, 54-57.
- 黃懿慧 (2017)。〈從比較視角探討中國大陸公共關係學科發展之正當性〉。《傳播與社會學刊》，第39期，頁221-256。
- Huang, Yi-Hui. (2017). Cong bijiao shijiao tantao Zhongguo dalu gonggong guanxi xueke fazhan zhi zhengdangxing. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 39, 221-256.
- 黃懿慧、王嘯、方慧妍、吳秋荻 (2019)。〈政府信任對公共健康風險管理的影響——基於長生生物疫苗事件的創設情境研究〉。《公共管理學報》，第16期，頁83-95。

Huang Yi-Hui, Wang Xiao, Fong Wai Yin, Wu Qiudi. (2019). Zhengfu xinren dui gonggong jiankang fengxian guanli de yingxiang—Ji yu changsheng shengwu yimiao shijian de chuangshe qingjing yanjiu. *Gonggong guanli xuebao*, 16(4), 83–95.

英文部分 (English Section)

- Bedford, O., Huang, Y. H. C., & Ito, K. (2021). An assessment of the relational orientation framework for Chinese societies: Scale development and Chinese relationalism. *PsyCh Journal*, 10(1), 112–127.
- Dozier, D. M., Grunig, L. A., & Grunig, J. E. (2013). *Manager's guide to excellence in public relations and communication management*. London: Routledge.
- Harlow, R. F. (1976). Building a public relations definition. *Public Relations Review*, 2(4), 34–42.
- Hu, B. J., Huang, Y. H., and Zhang, D. (2015). Public relations and Chinese modernity: A 21st century perspective. *Journal of Public Relations Research*, 27(3), 262–279.
- Huang, Y. H. (2000). The personal influence model and *gaoguanxi* in Taiwan Chinese public relations. *Public Relations Review*, 26(2), 216–239.
- Huang, Y. H. (2001). OPRA: A cross-cultural, multiple-item scale for measuring organization-public relationships. *Journal of Public Relations Research*, 13(1), 61–91.
- Huang, Y. H. (2004). PRSA: Scale development for exploring the cross-cultural impetus of public relations strategies. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(2), 307–326.
- Huang, Y. H. (2012). Gauging an integrated model of public relations value (PRVA): Scale development and cross-cultural studies. *Journal of Public Relations Research*, 24(3), 243–265.
- Huang, Y. H. C., Ao, S., Lu, Y., Ip, C., & Kao, L. (2017). How trust and dialogue shape political participation in mainland China. *International Journal of Strategic Communication*, 11(5), 395–414.
- Huang, Y. H. C., Wu, F., & Huang, Q. (2017). Does research on digital public relations indicate a paradigm shift? An analysis and critique of recent trends. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1364–1376.
- Huang, Y. H., & Bedford, O. (2009). The role of cross-cultural factors in integrative conflict resolution and crisis communication: The Hainan incident as a case. *American Behavioral Scientist*, 53(4), 565–578.
- Huang, Y. H., Bedford, O., & Zhang, Y. (2018). The relational orientation framework for examining culture in Chinese societies. *Culture & Psychology*, 24(4), 477–490.

《傳播與社會學刊》· (總) 第 56 期 (2021)

- Huang, Y. H., Lin, Y. H., & Su, S. H. (2005). Crisis communicative strategies: Category, continuum, and cultural implication in Taiwan. *Public Relations Review, 31*(2), 229–238.
- Hutton, J. G. (1999). The definition, dimensions, and domain of public relations. *Public Relations Review, 25*(2), 199–214.
- Ki, E. J., Pasadeos, Y., & Ertem-Eray, T. (2019). Growth of public relations research networks: a bibliometric analysis. *Journal of Public Relations Research, 31*(1–2), 5–31.
- Powell, C., & Dépelteau, F. (Eds.). (2013). *Conceptualizing relational sociology: Ontological and theoretical issues*. Berlin: Springer.
- Ramirez Jr, A., & Zhang, S. (2007). When online meets offline: The effect of modality switching on relational communication. *Communication Monographs, 74*(3), 287–310.
- Selg, P. (2016). Two faces of the “relational turn.” *PS: Political Science & Politics, 49*(1), 27.
- Starosta, W. J. (2006). Rhetoric and culture: An integrative view. *China Media Research, 2*(4), 65–74.

本文引用格式

黃懿慧、黃煜、敖頌 (2021)。〈公共關係/策略傳播範式轉變和語境本土化——機遇、挑戰與思考：對話黃懿慧教授〉。《傳播與社會學刊》，第 56 期，頁 1–24。