

從比較視角探討中國大陸公共關係學科發展之正當性

黃懿慧

摘要

中國大陸與美國的公共關係學科發展，基本上都經歷了為建立學科正當性奮戰的過程。值得關注的是，雖然中、美的公共關係學科在發展初期曾面臨類似的困境，但當前卻有著相當不同的發展結果。本文採用雙個案研究法，比較美國與中國大陸公共關係學科發展進程。論文旨在整合公共關係教育、行業乃至於學術研究等面向，探討學科正當性問題。論文借鏡美國發展進程，探討中國大陸公共關係學科定位，並對未來學術研究提出展望。中國公關之學術共同體、學會與發表平台的不健全發展是公共關係學科發展滯後的因素之一。然而，學科之學術研究力滯後則是挑戰公共關係學科正當性的更深層因素。概括而言，中國公共關係研究明顯有褊狹化現象，存在研究法單一（以定性研究為主）、實證性低、實務取向、理論性弱、發表管道單一，以及援引文獻欠缺一手資料等問題。文末提出對中國大陸公關研究與理論體系建設之建議與展望。

關鍵詞：公共關係、學科正當性、公關教育、公關研究、比較視角

黃懿慧，香港中文大學新聞與傳播學院教授。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：yhuang@cuhk.edu.hk
論文投稿日期：2016年1月5日。論文接受日期：2016年9月2日。

On the Disciplinary Legitimacy of Public Relations in Mainland China: A Comparative Perspective

Yi-Hui Christine HUANG

Abstract

A tug of war to establish public relations (PR) as a legitimate academic discipline has occurred in both the United States and Mainland China. Scholars in the American and Chinese PR discipline have encountered similar challenges in the early stage of discipline development. The current status as a result of development in the two contexts, however, presents a surprising contrast. Against this background, the present study aims to investigate the issue of legitimacy underlying the PR discipline. In particular, the author builds an analytical framework by incorporating the dimensions of PR education, industry practice, and academic research. With the mirror of the PR discipline development in the Western academic context, the positioning of the Chinese PR discipline is discussed. A dual-case study approach is adopted to compare and contrast the different development of the PR discipline in the United States and Mainland China. This study proposes that the collective academic community in the Chinese PR discipline and the underdeveloped intellectual

Yi-Hui Christine HUANG (Professor). School of Journalism and Communication, The Chinese University of Hong Kong. Research interests: public relations management, crisis management, conflict and negotiation, intercultural communication and relationship studies.

associations and research publishing platforms have led the Chinese PR discipline to lag behind. More importantly, the lack of improvement in the discipline's research ability remains the deepest reason limiting the legitimate claim for the Chinese PR discipline. The findings indicate that the Chinese PR discipline research tends to reflect (1) a narrow scope of research; (2) features a lack of method triangulation (qualitative methods were mostly used as the only method); (3) is practically oriented and non-empirical without theoretical advancement; (4) lacks primary data and appropriate citation of references; and (5) shows a lack of diverse publishing channels. This study sheds light on the direction for the advancement of Chinese PR research and theoretical constructions.

Keywords: public relations, discipline legitimacy, public relations education, public relations industry, comparative study

Citation of this article: Huang, Y.-H. C. (2017). On the disciplinary legitimacy of public relations in mainland China: A comparative perspective. *Communication & Society*, 39, 221–256.

引言

學術社群對於应用型學科 (applied discipline) 的定位，一直存在「學科正當性」問題的辯論。商學與社會科學許多學科皆歷經此過程，比較典型的如信息學 (Mattessich, 1995)、未來學等 (Slaughter, 1998)。以傳播學為例，「學科正當性」與「學科危機」的相關議題在 20 世紀 90 年代即引起廣泛討論，議題涵蓋：學科認同、核心思想、理論基礎，研究方法，甚或學科命名等 (Shoemaker & Reese, 1990)，提出問題的學者有須文蔚與陳世敏 (1996)、林福岳 (1997)、陳韜文 (1999)、黃懿慧等 (2001)。近年來，大陸學者如黃旦 (2014)、王怡紅 (2009)、丁志遠與吳飛 (2010) 等亦對其進行反思與展望。此外，被視為傳播學子學科的公共關係，關於其學科正當性的爭議更是由來已久，而且中、美皆然。例如，黃懿慧 (1999)、臧國仁 (2001)、廖為建 (2005) 等華人學者，以及波頓 (Botan)、泰勒 (Taylor) 等 (2004) 西方學者皆曾在「學科正當性」的框架中，針對以下問題提出討論：公共關係學科與實踐的關係、學科獨立以及與其他學科的關係、學科認同、核心思想、知識體系、以及學術力所涵蓋的理論基礎和研究方法。無論是傳播學還是公共關係學，其有關「學科正當性」的辯論的關鍵問題是學科之「學術力」是否充分或足夠 (陳世敏，1999)。

应用型學科的「學科正當性」與學術力等問題亟需正視，但相關之系統性研究迄今仍不完整，跨國乃至於跨文化比較研究更為缺乏。饒有趣味的是，中、美的公共關係學科在發展之初曾面臨同樣困境，但經過 20 世紀後期數十年的發展卻有著相當不同的結果。本文採用個案研究法，通過雙個案對比，比較美國與中國大陸公共關係學科發展進程；旨在整合公共關係教育、行業乃至於學術研究等面向，探討學科正當性問題；除了借鏡美國發展現況外，還探討中國大陸公共關係學科定位並對未來學術研究提出展望與建議。

「學科正當性」的定義與條件

學科作為一種將知識分門別類的體系，最早出現於教會大學 (如巴

黎大學、劍橋大學、柏林大學等)，當時「學科」包括神學、法學、醫學、和藝術(張詠、李金銓，2008)。在教會統治下的「學科」，本質上都屬精英化並具有一定抽象性的特質。其後，隨著歐洲教會勢力的衰弱，大學機構日益世俗化，實用性和應用性更強的學科逐漸出現並蓬勃發展，以此拓展了之前對學科的狹隘理解(History of Education, 1977)。「學科」(discipline)在本質上可視為一個科學共同體(scientific community)的制度性存在(Gibbons et al., 1994)。共同體內的成員遵循一系列共同的制度來展開科研活動，以帶動共同體的發展(Yearley & Collin, 1992)。在探討學科的「正當性」(legitimacy)之前，有必要回顧legitimacy之內涵。Legitimacy的基本含義源自法律和哲學語境，係指一個存在物是否被法律所許可，因此在中文裡通常譯為「合法性」；在其引申含義層面，legitimacy則指一個存在物是否正當、以及被他人所認可和接受，因此譯為「正當性」(俞吾金，2004)。

對於學科而言，應採取legitimacy的引申意義——即「學科正當性」。「學科正當性」大致可以從兩個角度來理解。其一，就學科內部而言，必須存在一系列核心問題，使該學科區分於其他學科；其二，從外部來看，必須存在充分的物質條件或硬體來承認、接受以及理解該學科的核心問題(Benbasat & Zmud, 2003)。如前所述一個學科可視為一個圍繞特定主題的科學共同體，而學科內的核心問題即該科學共同體內的「範式」(paradigm)，主要表現為在特定時期內學科共同體對核心問題在概念、觀察、和實際應用層面的反覆探討(Kuhn, 1962)。另外，使得一個學科合理發展和運作的外部條件包括機構性的支援，如教育機構的出現(Schramm et al., 1997)、業界與學界的互動等(劉建順、漆梅君，2000)。

根據庫恩(Kuhn)的概念、觀察和實際應用層面對範式的理解(1962)，本文將公關學科的內部正當性界定為以下方面：其一，學術共同體內是否存在獲得共識的基本理論假設和研究話題；其二，是否存在某類共通的社會現象作為公關研究的現實關注點；其三，研究者使用的研究方法是否得以解釋、描述與預測這些問題，以及在學術共同體內是否存在較為普遍的論文互相引用(Yin, 2003)。從外部來看，機構支援是一個學科獲得外部正當性的必備條件。從社會結構來看，

不同機構間的交往互動是確保機構運作的前提(Giddens, 2013)。科研機構或大學作為一類特殊的社會機構，勢必與業界存在不可分割的關聯。以公共關係學的發展為例，下述條件是必不可少的：(1)專門的研究機構，如大學等，為研究提供物質支援；(2)具有專業背景的研究人員，以保證學術研究的智識資源；(3)在大學開設專門培養媒體及傳播從業人員的課程，以實現理論研究的現實意義；(4)開拓性的學科奠基人與社群共同體(Schramm et al., 1997)。

綜上所述，「學科」(discipline)可視為一個科學共同體(scientific community)的制度性存在。就應用型學科而言，學科與教育體系、學術組織或學會體系、以及與產業間的關聯等問題亦亟需正視。本文從內部正當性與外部正當性這兩個方面探討公共關係學科正當性問題。內部正當性係從學科之學術力，即學術研究動能、理論建構與理論發展等面向觀察。外部正當性則從公共關係教育體系與行業發展、學會、乃至於學術刊物等角度探討。

研究問題與研究方法

研究問題

本文旨在比較美國與中國公共關係學科的發展與沿革，期能為中國公共關係學科的定位與展望提出建議。本文以進程時序為軸線，通過多重證據資料收集，採用理論評述(theoretical review)及主旨分析(thematic analysis)之分析邏輯，就學科內部正當性與外部正當性各方面進行比較。

(1) 內部正當性：公共關係學科獨立程度如何？公共關係與其他學科的關聯為何？是否建立學科知識本體？研究主題、理論建構與援引、實證方法等呈現何種面貌？

(2) 外部正當性：公關教育機構發展情況如何？公共關係行業發展如何？學界與業界互動情況如何？科研機構與協會發展情況如何？

研究方法

本文採「後設分析」(meta-analysis)，以「跨個案整合」(cross-case synthesis) (Yin, 2003) 邏輯，剖析與此主題相關的研究發現。「跨個案整合」(cross-case synthesis) 邏輯適用於兩個或以上之案例對比，循「形態配對」(pattern matching) 原則進行理論模式建構。本文以時間發展軸線為主，針對學科教育、行業發展、學術社群與共同體、學科發展、與其他學科關聯性、學術力(論文數量與引述情況、研究實證性與理論性)等面向，進行中、美公關學科發展之比較。此外，本文也以「理論評述」(theoretical review) 方法進行資料分析，理論評述是文獻評述(literature review)的一種特殊形式(Card, 2011)。首先，理論評述必須具備文獻評述的基本特徵，即基於特定研究議題對大量的既有文獻進行整理與歸納(Cook et al., 1992)；其次，理論評述則關注解釋特定現象的理論視角(Card, 2011)，此視角則呼應本文期找出影響學科正當性發展重要因數的研究目的。

在資料搜集方面，本文採個案分析法中的多重證據(multiple sources of evidence)資料搜集法(Yin, 1994)。有關美國公共關係發展歷程，本研究搜集論文之研究方法主要包括引文分析與內容分析：第一，引文分析，典型的代表即帕薩德(Pasadeos, 1992, 1999, 2010)及其同事於1992年、1999年以及2010年發表的引文報告，內容包括分析公關學界內部以及學界與外界的文獻互引狀況，研究的樣本包括學術期刊、會議論文、博士論文書籍、雜誌、報紙、公司公文、政府檔等。第二，內容分析，(1)對SSCI期刊於1992至2009年間有關網路公關的文獻展開分析(Ye & Ki, 2012)，以及(2)針對2008至2014年間公共關係兩大主要期刊*Public Relations Review*和*Journal of Public Relations Research*的144篇論文之內容分析(Huang, Wu, & Huang, 2016)，旨於探討公共關係研究是否產生範式轉移。

有關中國大陸的發展歷程，本研究搜集論文之研究方法則包括內容分析法、訪談與歷史分析。以內容分析法為主要研究方法的包括：(1)基於1999–2009年中文核心期刊內相關文章，考察中國公共關係理論研究狀況(劉敏之，2010)；(2)基於1996–2006年中文期刊，分析中

國公關研究的狀況(楊智勇, 2007); (3) 基於1994–2003年間中國大陸六大新聞傳播類核心期刊, 以及SSCI期刊新聞與大眾傳播 (*Journalism and Mass Communication, JMCO*), 比較分析中美公關研究狀況(陳先紅、郭麗、殷卉, 2005); (4) 選取中文期刊2011年中的重要論文, 對當年公關研究的狀況做概述性的評論(陸新蕾, 2012)。除針對上述內容分析論述進行後設分析(meta analysis)外, 本文借助Hu、Huang和Zhang (2015)的歷史研究, 剖析中國公關學科與學術研究發展之進程。該文通過對中國公關學界和業界的37位專業人士進行深度訪談, 考察公共關係的發展與中國現代性的關係(Hu, Huang, & Zhang, 2015), 以及借助歷史分析回顧在這30年間的理論建設也是本研究的資料來源。

以下先就學科外部正當性進行探討, 而後分析內部正當性問題, 最後針對未來研究方向提出展望。

中美公共關係學科的外部正當性比較

美國之圖景

I. 公關教育在美國

1923年美國第一堂命名為「公共關係」的課程, 由愛德華·伯納斯(Edward L. Bernays)於紐約大學(New York University)開授。然而, 此課程僅開設兩年即告終。究其原因, 1990年代中期, 美國公共關係學科的正當性主要面臨來自學界與業界兩股力量的挑戰: 第一, 傳播學院其他科系教授拒絕承認公共關係已成為美國大眾傳播系統中不可或缺的一環, 「其他科系的教授們像鴛鴦一樣視而不見」(Cutlip, 1961); 第二, 業界公關從業人員則如同以前質疑醫學課程、法律課程、新聞學課程一樣, 他們認為公共關係課程沒有實際用處, 累積實務經驗才真正重要。來自傳統學科與行業的雙重質疑, 是對美國公共關係學科與教育發展起步的嚴峻挑戰。

經過半個世紀之沉寂(1920–60年代), 美國公關教育在20世紀70年代再度振翅起飛。佛羅里達大學(University of Florida)於1972年設立

獨立之公共關係學系，並授與獨立公共關係學位。至21世紀初期，美國的公關教育體系，特別是大學教育體系的建設，已基本成型，根據Career Index的最新資料顯示，2010年全美開設公共關係專業學校達325所、369個課程專案(programs)；其中副學士專案26個，學士專案273個，碩士專案45個，博士專案3個，專科22個(Career Index, n.a.)。Career Index的資料顯示，2010年全美教育機構所開設的公關課程中，本科教育(273個)佔據全部專案數(369個)約四分之三。此外，其資料也顯示，美國的大學公關教育從2006年到2010年以來總體穩步發展：平均每年獲得公關專業學士學位的人保持在1萬人左右。

此時，美國在教育理念方面亦已臻成熟。美國公共關係協會(Public Relations Association of America, PRSA)早於1999年的Port of Entry報告中即提出了完善的教學建議(類似建議亦可見該協會2006年11月年會上發表之新報告)。第一，公共關係之大學教育應具備四要件：(1)應奠基於人文/社會科學之上；(2)公共關係主修科目最少需五科；(3)公共關係課程需佔總學分的百分之25到40；(4)其餘學分(百分之60到75)需修習人文、社會科學，商學及語言等課程。第二，理想的公共關係主修科目可包括：公關概論、個案研討、公關研究/測量與評估、公關寫作與執行製作、公關企劃/管理、公關活動、實習課程和應用選修課程。第三，對碩士教育的建議則包括：(1)二個主要方向的課程：一為提供學術訓練，另一則為提供專業訓練；(2)強化公共關係在管理階級中的角色。如果情況允許，應供應商學課程；(3)更著重全球問題與管理知識。第四，博士班課程應包含：(1)瞭解影響公共關係或受公共關係影響之學科；(2)能整合這些學科於教學與研究之中；(3)對研究主題提出貢獻並培養競爭範式(competing paradigms)。

II. 美國公關行業概況

在公共關係行業方面，根據Career Index的資料，2006年到2010年間，美國公關從業人數皆呈逐年上增之勢——2010年已計有52,480名公關從業者。在人數增長的同時，美國公關從業者的薪酬待遇亦穩步上升；從2006年到2010年，美國公關人員中位數收入共計增長了

12%。就全社會而言，公關行業的收入屬於中等偏上的。2010年美國全國公關人員中位數收入為91,810美元，此一數值比全國所有行業的中位數收入高出53%。而根據美國國家勞動局的統計，在2012年，公關從業人員的中位數收入為54,170美元，這一收入仍遠高於同年美國全國所有行業34,750美元的中位數收入(Bureau of Labor Statistics, n.a.)。2014年，美國最大的本土公關公司——Omnicom的收入僅佔行業收入份額的5.9%(IBIS World, 2014)。此資料顯示，美國公共關係行業的市場集中度較低——市場競爭激烈乃促使行業健康發展重要指標之一。

III. 美國傳播學會與學期刊

繼1970年代美國大學體系開始授與公共關係獨立學位外，傳播學會組織也於1990年代後期陸續承認公共關係為傳播領域之子學科。1984年公共關係以「興趣團體」(interest group)的名義在「國際傳播學會」(International Communication Association, ICA)註冊。1998年，公共關係正式列名ICA的17個獨立學科組別(division)之一員，學科獨立性正式得到學會與其他學科之認可與肯定。此外，在「新聞與大眾傳播教育學會」(Association for Education in Journalism and Mass Communication, AEJMC)中，公共關係亦成為獨立組別。

在學術研究與論文發表管道上，公共關係研究在70和80年代開始展開，公共關係領域兩本SSCI期刊《公共關係評論》(*Public Relations Review, PRR*)與《公共關係研究雜誌》(*Journal of Public Relations Research, JPRR*)分別於1975年與1989年創刊，至今成為公關領域最有影響力之刊物。

總之，美國公共關係教育、行業、學會與期刊皆穩步發展。從機構設置、教育理念、以及課程設置來看，公共關係教育在美國已具備相當的規模。同時，公關行業的專業性已獲得社會肯定，發展穩定且蓬勃。公共關係教育的正當性也獲得肯定，學科得以獨立存在，畢業生也可取得獨立之公共關係學位。

中國之圖景

I. 公關教育在中國

遲至20世紀80年代，中國大陸才引入公共關係教育。1985年深圳大學開設第一個公共關係專科專業，1994年中國國家教委批准中山大學試辦第一個公共關係學本科專業，2014年華中科技大學則開設第一個公共關係學博士點。截至2013年為止，大陸設置公共關係學本科學位的高校共計18所，其中211高校(含985)共8所，普通高校、獨立學院與民辦大學共10所。在研究所方面，到2014年為止，共有5所高校開設公關專業碩士研究生。此外，另有8所高校招收公關方向的碩士研究生(即公關非獨立的碩士專業，而是附屬於其它專業如傳播學、企業管理等之下)，公關方向的博士研究生的高校則有4所(楊晨，2014)。此外，除上述公共關係學本科教育外，還有公共關係學第二學士學位教育、公共關係專科教育、公共關係輔修專業教育、公共關係職業培訓等多種公共關係教育類型。

雖然各層級(專科、高校本科、研究所、博士)教育單位皆開設公關專業，然而，2010年教育部在啟動普通高校本科專業目錄修訂工作時，宣布不再批准在高校中增設公共關係學本科專業。2011年4月20日，教育部的《關於徵求對〈普通高等學校本科專業目錄(修訂一稿)〉》將公關並入行政管理，進一步引發了公共關係學本科專業的去留危機。雖經公關教育界的努力，修訂二稿中恢復了公共關係學的獨立地位，但卻仍未被放入基本目錄行列(楊晨、紀華強、張甯、虞華君、霍榮棉，2013)。

II. 中國公關行業概況

與美國相同，中國公共關係行業與就業市場亦呈現蓬勃發展之姿。中國設有兩個公共關係行業協會組織——「中國公共關係協會」和「中國國際公共關係協會」，推動公關行業發展。據中國國際公共關係協會調查顯示，截至2014年止，中國的公共關係市場呈現穩定增長之勢，整體市場的年營業規模估算在380億人民幣左右，年增長率為11.5%；另一方面，隨著新媒體的不斷發展，中國的公共關係業務結構

也發生變化——傳統業務增長放緩，而新興公關業務(數位化傳播、新媒體行銷)發展力道十足，其增長速度甚至高於整體經濟發的增速(2014年中國公共關係行業發展分析，2015)。此外，該調查尚顯示，2014年行業平均工資水準為每月9,445元(人民幣)，相比較於2013年增長16.1%；大學生畢業後入職的平均月薪為11,060元(人民幣)，比2013年增加了7.8%。就業市場方面，公共關係學專業的畢業生就業率高、就業薪資也佳。就2013年而言，浙江傳媒學院、大理學院、華東師範大學、上海外國語大學等院校的公共關係專業畢業生就業率位居該校前三名；2013年上海外國語大學公共關係專業畢業生首次簽約工資高於50,000元(人民幣)的超過50%，對口就業率(即公關專業畢業生從事公關行業)也達到64.7%(楊晨，2014)。總體言之，無論從行業的專業機構設置，還是從畢業生就業情況來看，公共關係在中國正逐漸發展為一個具吸引年輕人加入的行業。

III. 中國傳播學會與學科期刊

2015年4月25日，中國新聞史學會表決，同意增設「公共關係史研究委員會」(PRSC)為二級學會。在出版品交流平台方面，公關學界迄今仍沒有獨立的學術期刊。20世紀80-90年代的四個專業雜誌——「兩報兩刊」即《公共關係報》、《公共關係導報》、《公共關係》雜誌和《公關世界》雜誌，維繫著公關界知識份子集聚的共同體。但歷經20世紀九十年末之低潮期，《公共關係導報》、《公共關係報》先後停刊，《公共關係》雜誌也停辦，只有《公關世界》雜誌勉強維持(胡百精，2014)。研究發現，1999-2008十年間，公共關係論文有轉向新聞傳播期刊與高校刊物發表的趨勢。《國際新聞世界》和《國際關係學報》分別刊登了18篇(佔總體刊發理論型文章數量的15.8%)和9篇(佔總體刊發理論型文章數量的7.9%)公共關係理論型文章。除新聞傳播期刊外，公共關係研究另一個較為普遍的發表途徑為高校刊物，如師範類大學學報(總計14篇)，國際關係學報(9篇)，西南民族學院報(6篇)等(劉敏之，2010)。

美、中公共關係外部正當性之比較

以下四個方面可以整合比較中、美公共關係教育、行業、學會與期刊發展。

第一，美國公關教育早自1920年代開始，至今已有百年歷史。然而，如前文所提，由於「正當性」之爭議，在20至60年代間，學科發展未有進展。遲至1970年代美國公關教育才算正式開展，發展歷史迄今約有40餘年。相對而言，中國大陸公關教育則始於1980年代中，迄今有30年之歷史。

第二，雖然學科正當性問題在中、美兩地皆引起爭議與質疑，然而，在同樣歷經二十世紀後期幾十年的發展，兩地卻已有相當不同的變化。

首先，若就設置公共關係專業的學校總數觀察，以2010年美國的資料(Career index, n.a.)與2013年中國的資料(楊晨, 2014)相較，美國授予公共關係專業(本科、碩士與博士學位)已有三百餘個學程，中國設立公共關係專業的高校則不達20個。其次，若細分不同層級學位之數目比較，除了博士專案相當外(中國4所，美國3所)，中國在其他層級的設置上皆遠低於美國：中國與美國高校在設置公共關係本科的數目為18比273，碩士為12比45。

再者，就是否授予獨立公共關係學位方面比較，美國自1972年佛羅里達大學(University of Florida)設立獨立之公共關係學系並授予獨立公共關係學位，目前美國大學授與獨立學位已全面執行。相較而言，中國教育部於2010年批示不再增設公共關係學本科專業，並於2011年明訂公共關係學專業被合併到行政管理專業之下，後來幾經波折才得以保留。質言之，中國公共關係不被鼓勵授與獨立學位，本科歸屬公共管理，碩士與博士則並為傳播學下的一個「方向」。

第三，則就應用型學科特質中之「行業」面向進行觀察。中、美在公共關係行業的發展上皆呈現蓬勃成長之姿。相較於美國，中國大陸公共關係行業在整體市場之年營業規模、高校專業畢業生就業率，與工資等方面皆不遑多讓。然而，如前文所言，雖然中國公共關係行業的需求呈成長趨勢，行業的身份正當性、效用正當性、社會價值正當性，以及道德正當性等行業的正當性問題迄今卻仍面臨各類挑戰(Hu,

Huang, & Zhang, 2015)。

第四，在學會與期刊方面，美國公共關係領域兩本SSCI期刊於1970-80年代陸續成立，公關論文有獨立之發表平台已逾40年，此對公共關係研究發展、學科獨立地位，以及是否為其他學科與專業學會組織認可，皆產生一定程度之助益。但是在中國，學會與相關支援系統則相對滯後發展。在出版品交流平台面向上，公關學界迄今仍沒有獨立的學術期刊。此外，相較於美國在1998年已有兩個國際級傳播學會認可公共關係為傳播領域中的獨立學科門 (division)，中國大陸之「公共關係史研究委員會」迄2015年始成立，納為新聞學下之子學會。嚴格說來，公共關係學科的獨立性與平等性並未獲相關學術社群的之認可。

內部正當性：公共關係學科與學術研究發展歷程

文獻指出，「學術力」是否充分或足夠乃學科正當性發展的重要支撐(陳世敏，1999)。以下就公共關係學術內部正當性——公共關係學科與其他學科之關聯以及學術研究發展階段等方面進行探討。

美國之圖景

I. 美國公共關係學科與其他學科之關聯

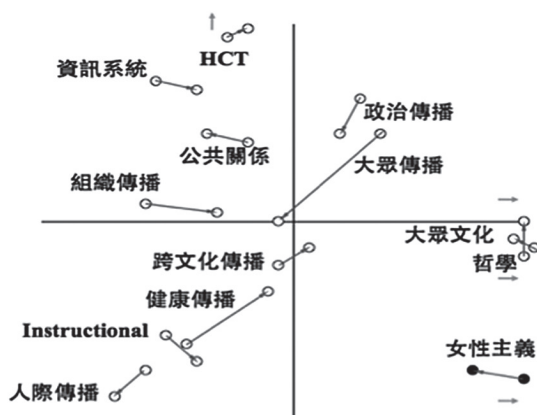
公共關係學科與其他學科間的關聯性，在1990年代是西方學者研究的重點。從「公眾」介面探討，「公共關係」與「傳播學」及「管理/行政科學」(administrative science)二個學科的關聯性最高。在內、外部公眾的比較基礎上，「內部公眾」是管理領域 (management discipline) 研究的重點，而「外部公眾」則是行銷 (marketing function) 功能探討的重心 (Pasadeos & Renfro, 1992)。

隨著1990年代後期公共關係逐漸為傳播學界所認可，公共關係與傳播學的關聯性亦日益增強，相對的，與「管理/行政科學」或行銷學的關係則明顯降低。針對當時ICA 17個獨立學科之「語意距離與位置」(semantic network analysis，即以共同的符號意義為基礎分析系統中各組成部分的關係)的研究發現可以進一步說明公共關係與傳播領域其他

學科間的關聯(圖一)：(1)在「大眾傳播」與「人際傳播」的二維向度上，公共關係與「大眾傳播」的語意距離較近；(2)在「資訊系統」與「女性主義」的二維向度上，公共關係與著重實證科學的「資訊系統」相對距離較近；(3)在「大眾傳播」與「組織傳播」的二維向度上，公共關係約與二者等距；(4)在「政治傳播」與「女性主義」的二維向度上，公共關係與政治傳播的距離相對較近；(5)此外，大眾文化傳播哲學的位置，則不在此系統圖上，換言之，此二子學科的位置與上述子學科之位置皆較遠(Doerfel & Barnett, 1999)。從傳播學不同子學科之間的關聯來看，公共關係從大眾傳播與組織傳播的視角關注資訊如何在特定系統內傳播，並與政治傳播具有一定交集，但鮮有涉及批判理論(如女性主義)或大眾文化理論。

就課程設置觀察公共關係學科與其他學科之關聯可以發現，大約有八成以上的美國公關課程屬於傳播學院或新聞學院底下的一個學程，或設於新聞系 / 大傳系下的一個組(sequence)；此外，也有越來越多的學校將公關課程安排在語藝、人際傳播或說服為主的傳播學系。再者，公共關係與廣告學的關係向來密切，其消長情形亦值得觀察。在美國，有197所大學至少開設三門以廣告或公關命名的課程，其中，有133所大學設有公共關係課程，有53所大學將公共關係與廣告課程合併開設，有95所大學開設廣告課程；自1993年以來，公共關係課程成長了14%，而廣告課程則減少了25%(Ross & Johnson, 2005)。可見，在美國，設置獨立公共關係學科與課程的比例正逐年提高。

圖一 二維語意與會員系統網路對比圖



II. 美國公共關係學術研究與學科發展進程

正如帕薩德等學者(Pasadeos, Berger, & Renfro, 2010)所言，美國之公關學術研究與公共關係學科發展階段基本上並行發展，四個階段發展如下。

第一階段：跨科際 / 非學科階段 (1975年前)

晚自1970年代中期，公共關係理論與研究才開始受到西方學術界重視，相關論述彼時也才陸續出現。嚴格說來，公共關係在此階段尚無法稱為獨立學科，甚或，無法被視為一個學科(Pasadeos & Renfro, 1992)。此階段的公關研究與相關論述具有下列特點：第一，相關研究或論述的作者大多來自大眾傳播學者與業者。第二，公共關係研究的實證性、理論性與系統性極弱，大多流於描述性或軼事性的論述為主(Gruning & Hickson, 1976)。第三，跨科際與跨學科特質相當清楚，70年代後期，公關論文之資料主要援引自社會科學與管理科學。

第二階段：轉型期 / 學科前階段 (1975-1990年)

第二階段是1975年至1990年間，此階段可謂公關學科轉型成獨立學科(independent scholarly discipline)的關鍵時期(Pasadeos & Renfro, 1999)。首先，公關學者彼此引述的情形取代70年大量援引其他領域文獻的狀況。第二，公關學術研究社群逐漸形成，自1980年代以後，公關著述的作者多數來自公共關係教育學界與研究單位，此與70年代多數來自實務界的情形大不相同(Pasadeos & Renfro, 1992)。第三，就公關的實證性而言，相較於1976年公關論文僅有百分之二比例實行系統性實證研究的情形，1985年時已成長至34%(Pavlik, 1987)。第四，此階段公關論文的研究重點已跳脫1970年代實務取向，開始出現學術與理論導向的主題與概念。另外，此階段不僅開始發展公關學科的知識本體(body of knowledge)，理論基礎也逐漸出現從單一理論典範趨向多元理論範式的情形(黃懿慧, 1999)。例如從1975至1989年間，在PPR等期刊上公關研究已達329篇(Pasadeos & Renfro, 1992)。具體而言，系統論(general systems theory)是1975至1985年間領導公關研究的主流理論典範(Pavlik, 1987)。然而，1980年代末期後，各類競爭性

理論學派陸續出現競逐「範式轉移」的主導地位，其中尤以詹姆斯·格魯尼格 (J. Grunig) 與拉麗莎·格魯尼格 (L. Grunig) 為首的「管理」學派 (原為「系統論」學派)，以及伊莉莎白·托特 (Elizabeth Toth) 與羅伯特·希斯 (Robert Heath) 等學者為主的「語藝 / 批判」學派，形成兩股主要的力量。

第三階段：年輕獨立學科階段 (1990–1999 年)

1990年代可被界定為美國公共關係邁入「年輕學科」(young discipline) 的階段，年輕學科有以下三特點：(1) 相較而言，論文文獻之援引主要來自教科書而非「第一手研究」；(2) 如同財務、會計以及管理等學科，論文的靈感常起源於對實務的觀察或相關問題的解決；(3) 年輕學科有其新興的、獨立的期刊發表管道 (Pasadeos, Renfro, & Hanily, 1999)。此外，與1975至1989年間的論文相較 (Pasadeos & Renfro, 1992)，1990至1995年的論文有以下變化與趨勢：(1) 論文作者來自學術領域 (相較於實務界) 的比例逐年成長；(2) 「最常被引述學者」名單中已有年輕學者出現，表明研究社群逐漸成長與擴大；(3) 自從《公共關係研究雜誌》邁入第十年，並成為美國新聞與大眾傳播教育協會 (Association for Education in Journalism and Communication, AEJMC) 最成功的刊物之一後，公共關係已有兩個獨立的研究發表管道——《公共關係評論》與《公共關係研究雜誌》，此外，也已大量降低其對新聞與大眾傳播季刊 (*Journalism and Mass Communication Quarterly*, *JMCQ*) 的依賴，上述因素在在都促使公共關係發展成一個年輕的社會科學學科 (social science discipline) (Pasadeos, Renfro, & Hanily, 1999)。

第四階段：成熟學科階段 (2000年迄今)

公共關係學科自2000年後進入成熟階段 (Pasadeos, Berger, & Renfro, 2010)。於2000–2005年間發表之論文，其引述之文獻總數為14,798，比1990–1995年多出257%；此外，期刊文獻 (41%) 代替了以往之書籍 (39%) 成為引用來源的首位，來自實務雜誌與報紙的文章引用量也持續下降，只佔所有來源的9%；再者，研究論文對於公關出版物的引用也從上一階段的81.3%增加至82.3%。可見，公關學科學術研

究之靈感已告別年輕學科特有的實踐依賴性(Pasadeos, Berger, & Renfro, 2010)。

在此階段，公關學科自身已形成相對獨立且成熟的理論體系。在理論基礎方面，除了延續前階段管理學派與語藝學派仍發揮其影響力之外，「關係管理」已於1990年代後期至21世紀前10年，成為主流之研究範式。此外，因應新媒體挑戰而出現的「網路公共關係」亦在21世紀開始，以競逐「範式轉移」之姿出現(黃懿慧，2014；Huang, Wu, & Huang, 2016)。再者，新的中層理論、多元的研究主題與新的學者，帶來了此階段公共關係研究的多樣性與繁華面貌。各類中層(mid-ranged)公共關係理論加速發展，相關理論包括：卓越理論(the excellence theory)、形象修復理論(image restoration theory)、情境危機理論(situational crisis communication theory)、關係管理理論(relationship management theory)、權變理論(contingency theory)等理論。此外，自2000年以來，多元的研究主題亦豐富了公關理論的多樣性：國際研究，新科技(以互聯網為主)，危機傳播研究與批判研究(如性別研究)等。就以新科技為例，在PRR、JPRR和JMCQ等期刊中與互聯網相關的公關研究中，量化資料工具(如t-test、ANOVA、Regression等)的應用情況已從1992–1997年的50.0%提升至到2004–2009年的80.6%(Ye & Ki, 2012)。在不到10年的歷程中，公關研究對互聯網這個新興領域的觀察也已發展到較為成熟的水準。此外，Huang、Wu與Huang(2016)也發現，過去十年間，數位化公共關係領域已從重視具相描述性研究，發展為重視理論建構、歸納論述與高抽象層次之研究。整體學科之學術研究力已甄成熟之境。

在年輕學者方面，此階段最有影響力(被引次數最多)的33位學者中，只有3位出現於1990–1995的影響力排行榜上，換言之，年輕專家群體已茁壯成長。多元化的研究視角與充滿新鮮血液的專家群體，正是這一學科成熟的一大重要標誌。最後，在期刊與機構方面，新老體系在互動中完善。就期刊而言，《公共關係研究雜誌》、《公共關係評論》與《新聞與大眾傳播》各保持其影響力。然而，新的期刊對學界的影響也不容小覷。《傳播管理雜誌》(*Journal of Communication Management*)

以其國際化視野影響著學界與業界的人員；《策略傳播國際雜誌》(International Journal of Strategic Communication) 以跨學科研究而聞名；美國公共關係協會 (Public Relations Society of America) 對於學術化文章之發展也頗有建樹。而在機構方面，除了老牌的 Institute for Public Relations，新的中心如 The Arthur W. Page Center for Integrity in Public Communications 與 The Plank Center for Leadership in Public Relations 也逐漸展現影響。期刊與機構的完善，也是學科成熟化的重要體現 (Pasadeos, Berger, & Renfro, 2010)。

圖二總結了上述公共關係學科在美國的發展與沿革。

圖二 美國公共關係學之發展與沿革

時間發展	1975	1980	1990	2000	迄今
學科發展	學科前階段		朝向獨立學科發展	「年輕學科」	成熟獨立學科
與其他學科關聯性	「傳播學」、「管理/行政科學」關聯度最高		逐漸脫離「管理/行政學」歸列傳播學領域	成為「傳播學」子領域	公共關係學科設置提高 廣告學系設置下降
學科社群與共同體	作者主要為實務界人士	作者主要來自學術領域 論文相互引述成主流		學術界作者比例持續增加 出現年輕學者	年輕學者持續增加 學術社群穩定成長
發表管道	實務雜誌	兩個獨立學術期刊分別於1975及1989創刊		新期刊出現	新期刊出現
研究日程	實務導向	向學術轉向		學術研究日程逐漸獨立 正當性受認可	正當性被認可 有獨立理論研究日程
學科知識體系建構 理論體系	研究萌芽時期		知識體系建構初期	知識體系朝向成熟發展期	
論文引述	以教科書為主	單一理論典範： 以系統論為主，朝多元理論發展		多元研究取向管理、 語藝及整合行銷傳播	多元理論（如關係學典範、 網絡公關）成形並競逐 主流理論典範
論文實證性	實證性2%	實證性34%		實證性50%	實證性80%

中國之圖景

I. 中國公關學科與其他學科之間關聯

研究顯示，與美國相近的是中國公關研究與管理學的關聯性極高；1994–1999年間，管理學是中國公共關係研究首位理論援引視角

(陳先紅、郭麗、殷卉，2005)。此外，與美國相異之處則為中國公共關係學與傳播學的距離遠低於與管理學及社會心理學。研究指出，中國大陸六個重要新聞傳播期刊在1994–2003十年間刊登公共關係論文僅達27篇。另外一個研究也指出，在1999–2008年間，公關研究的理論基礎除了西方公共關係學(29%)外，學科外理論援引關聯性最強的領域是管理學(Management, 27%)與社會心理學(Social Psychology, 19%)及教育行為學(Educational Behavior, 14%)；傳播學(Communication)與行銷學(Marketing)則殿後，分別為6%與5%(Xue & Yu, 2009)。學者分析其中原因，傳播領域疏離的原因可能亦源於中國社會的特殊性：在中國，新聞系的歷史比較早，對公共關係的認識「可能比較保守」；而工商管理、行政管理都是文革後才從國外引進的，相對而言，認識較開放、包容性也較強，因此相對有利於公關專業的發展(吳世家，2007)。

此外，就課程設計觀察公共關係與其他學科的關聯性可以發現，相較於美國，中國設置公共關係課程的學科領域較廣，但獨立性與深度則欠缺。就廣度而言，中國公共關係課程雖然主要設在新聞傳播、人文、管理學院中，但許多綜合性大學將「公共關係」設置為全校性的文科基礎選修課，與管理學、行政管理學、西方經濟學、社會心理學等課程並列，是面向全體學生基本素質教育的重要一門課程，中山大學即為一例。再者，中國公關教育另一個特殊的現象是幾乎所有科系都開設一門公共關係(學)作為公共平台課。另一方面，就深度觀察，公共關係學科的深耕與發展卻相對局限。對照中國的廣告與公關課程設置，截止2006年中只有3所高校學校設置公共關係本科，而廣告系則多達190多個，多數學校仍在傳播系下設廣告與公關「方向」，或者在廣告系、傳播系下開設一門公共關係課(吳世家，2007)。相較於「廣告衰落、公關崛起」在美國的趨勢(Ries & Ries, 2002)，中國的廣告學科之設置則遠遠凌駕於公共關係之上。

II. 中國公共關係學術研究與學科發展進程

中國公共關係學科發展階段與學術研究及理論建構關聯性亦高，大致可概分如下：

第一階段：非學科與西方知識啟蒙階段（1985-1994年）

1985年深圳大學開設第一個公共關係專科專業，至1994年中國國家教委批准中山大學試辦第一個公共關係學本科專業前之十年，可被歸為第一階段之非學科與西方知識啟蒙階段。此時期的特色是：以西方公共關係知識啟蒙為主，且教科書為主要知識普及管道，但公關研究則相對闕如。此階段教科書的相關發展如（陳先紅、郭麗、殷卉，2005）：第一，1986年11月中國第一本公共關係著作問世，《塑造形象的藝術——公共關係學概論》，即第一代公共關係教材；第二，截至1994年為止，各種公共關係教材達400多本，其中以居延安等人編著的《公共關係學》、熊源偉等人編寫的《公共關係學》等影響較大，學術界將其稱為第二代教材代表作。

就內容而言，西方公共關係學在中國公共關係理論上居啟蒙與引領地位。中國公關理論界在20世紀90年代即致力於與西方進行對話，西方公共關係學（尤以美國為主）在中國的公共關係發展史上，不僅為中國公關提供基本的理論資源，至今亦仍是中國公關教科書和論文中引用的主要來源（胡百精，2014）。

第二階段：學科前與論文萌芽階段（1995-2010年）

此階段可謂公關學科轉型成為年輕學科前的醞釀階段。按照Pasadeos等人（Pasadeos et al., 1999）的說法，此階段為學科成熟之前，亦為轉型獨立之關鍵時期，此階段的發展與社會大環境息息相關。由於公關內部事業重心逐步轉向產業化發展，20世紀90年代後期公關學術社群開始分化，呈現凋零與萎縮面貌（胡百精，2014；Hu, Huang, & Zhang, 2015）：專業報刊停刊、公關專業課程停開，此外，學界學術社群一些原本來自其他領域，如社會學、文學等領域者退回原來專業，此階段公關研究與理論發展大致呈現停頓甚至停擺現象，一些堅守在公關領域內的學者，由於理論與研究方法的局限，在核心學術刊物上發表具有理論深度論文的數量也屬有限。此外，此階段知識普及的主要管道仍屬教科書；值得一提的是，教科書雖然有些新的突破，如1999年出版的《公共關係學》，以公共關係三大目標（認知度、美譽度、和諧度），三大方法（形象塑造、傳播管理、關係協調）和四大步驟（調

查、策劃、實施和評估)提供了新的公共關係知識體系(陳先紅、郭麗、殷卉, 2005), 然而, 其目的亦主要為指導業界實踐。

直至2003年非典後, 學術界才再度緩步整軍。非典事件後, 傳統的權力秩序和社會治理受到衝擊。此外, 全球化不僅引發了對內對外的各種認同危機, 也帶來了文化交鋒的機會, 如2008北京奧運會、2010上海世博會與廣州亞運會等。在此種社會背景下, 危機管理、新媒體公關、國家公關等主題之研究對於國家、政府與企業而言, 有其實踐上的需求。

雖然此階段受大環境影響, 在前期出現學術社群萎縮面貌, 但縱觀十五年(1995–2010)之發展, 公關研究確已發軔及萌芽, 此階段的特點可進一步從公共關係研究逐漸成長與發展觀察。

第一, 公關論文自20世紀90年代中期開始出現, 之後數量逐年穩定緩步成長。1995年是公共關係理論研究的分水嶺——公共關係期刊論文逐漸增多, 教材數量銳減且出版速度放緩。從20世紀90年代末的一百篇之量, 2000年中期成長為每年約兩百篇, 至2010年則成長至逾五百篇之量。

數個研究皆指出公關研究數量逐漸增加。舉例而言, 研究發現, 在1994年到2003年間, 總合中國學術期刊網與新聞傳播六種核心期刊(包括《新聞與傳播研究》、《現代傳播》、《國際新聞界》、《新聞大學》、《當代傳播》、《新聞與傳播》等), 每年的論文數量穩定在100篇上下, 其中1995年和1999年為高峰期, 分別有115篇和107篇(陳先紅、郭麗、殷卉, 2005)。另有研究亦同樣顯示, 1999–2008十年間中國知網(大陸最大之學術數據庫)核心期刊中的公共關係論文數量呈現持續增長之勢: 在2007年為文章發表的高峰期, 總數達271篇(Xue & Yu, 2009)。此外, 另一個研究指出, 2005–2010年期間, 中國期刊全文資料庫中出版的公關論文數量也達到每年逾五百篇之量(陸新蕾, 2012)。

第二, 研究主題多元。在此15年間, 中國公共關係研究的主題逐步擴展、並以多元面貌呈現, 值得注意的是, 「行業公共關係研究」以懸殊的比例高於其他主題。此外, 細觀研究取向, 從「組織」視角出發的論文——企業、政府、學校等, 亦遠高於「公眾」角度出發之論文。

1994至2003年期間，前10項的研究主題依次為：行業公共關係研究(337篇)、公共關係基本理論研究(83篇)、公共關係管理(71篇)、政府公共關係研究(50篇)、公共關係教學研究(45篇)、公共關係與社會變遷(43篇)、公共關係品牌行銷(40篇)、媒體與公共關係(28篇)、公共關係語言與文化(30篇)和學校公共關係(28篇)(陳先紅、郭麗、殷卉，2005)。

自2003年非典後，學界在實務研究上投入較大精力，探討的主題包括：政府公關、企業公關、非營利組織公關等領域，區域形象塑造、新產品上市傳播、財經公關、健康傳播等，甚至更加細分的新聞發言人應答技巧、企業領袖修辭、社交媒體平台維護等實踐課題(胡百精，2014)。另有研究顯示，1998–2008十年間的研究主題形成「一超多強」(one superpower and many powers)的格局，「公關產業研究」的比例亦雖仍領先其他主題，但其他基礎與教學等研究亦佔一定比重，前10項研究主題依次為：公關產業研究(Industrial PR)(22%)，公關管理(14%)，基礎理論研究(Fundamental Theoretical Research of PR)(12%)與公關教學(12%)，學校公關(School PR)(11%)，政府公關(Government PR)(9%)，員警公關(Police PR)(7%)，公關品牌(PR Branding)(4%)與媒體公關(Media PR)(4%)，公關與社會進步(PR and social evolution)(3%)(Xue & Yu, 2009)。

第三，公關論文的研究屬性以應用性研究為大宗，研究以因應實踐需求為主，佔總論文數六、七成之比例。於此15年間，公共關係應用型論文數量以極懸殊的比例凌駕於理論關懷論文之上。應用型論文與理論型論文的比例如下：(1)1999–2003年間，應用型74%(606篇)，理論型21%(174篇)(陳先紅、郭麗、殷卉，2005)；(2)1999–2008年間，應用型79%，理論型18%(Xue & Yu, 2009)；(3)1999–2009年間，實踐型54.2%(486篇)，理論型：12.7%(174篇)(劉敏之，2010)。

第四，研究方法以定性研究法為主。20世紀90年代後期至21世紀初(1999–2003)，定性研究法是公關研究的主流研究法，其中尤以歷史分析法、資料回顧法與訪談為主；定量公共關係研究屈指可數(陳先

紅、郭麗、殷卉，2005)。於1999–2008十年間發表的1,450篇的公關論文中，採用定量研究方法的論文總數有15篇，其中，前五年(1999–2003)1篇，後五年(2004–2008)14篇(Xue & Yu, 2009)。研究指出，此類公關論文大致可區分為三種：一，將公關理論建設以公關史角度進行回溯和清理；二，對某段時間點作歷史橫斷面的專題研究；三，以時間為線索的總體回顧與描述，多為行業刊物上的專欄文章而非格式嚴整的學術論文(胡百精，2014)。

第五、理論建構力道不足。理論關懷型論文總體數量偏低，探討主題傾向重複，內容也偏向局限於公關基本定義之探討；其中，嘗試構建中國特色的公關理論體系是特點，但力道不持續。數個針對1995年至2010年間公關論文的內容分析都指出，理論型論文佔公關研究之比例皆低於二成(陳先紅、郭麗、殷卉，2005)。另外，即使2000年後理論型論文總數上已有上升之勢(114篇)，但比例仍偏低(僅佔據整體數量的12.7%)，此外，劉敏之(2010)指出，研究主體「相對守舊和重複」——論文探討的主題局限於公共關係的定義、概念、基本特徵等概念性之探討。因此，相較於美國公關研究自1990年代起發展出的獨立論述領域與知識體系，如卓越理論(the excellence theory)、形象修復理論(image restoration theory)、情境危機理論(situational crisis communication theory)、關係管理理論(relationship management theory)、權變理論(contingency theory)等，中國公關研究的理論基礎仍處於亟待發展之狀態。

第三階段：邁入年輕學科與理論體系萌芽期階段(2010年迄今)

2010年後學術共同體再度成形，此階段為中國公關學術研究與理論建構發展階段。結合上文之中美研究情況(如陳先紅、郭麗、殷卉，2005；劉敏之，2010；Pasadeos, Berger, & Renfro, 2010)，中國大陸在2010年後之發展與美國於1990年至2000年的發展有以下相似之處：(1)公關研究在數量上總體呈上升之勢，論文產量較高(目前年均600篇左右)；此外，在研究主題上也漸趨多元，有類似於美國的趨勢；(2)然而，不同於美國在2000年之後期刊論文取代書籍成為公關研究的首要引述來源，截至2010年為止，中國的公關學界仍缺乏實證資料佐證

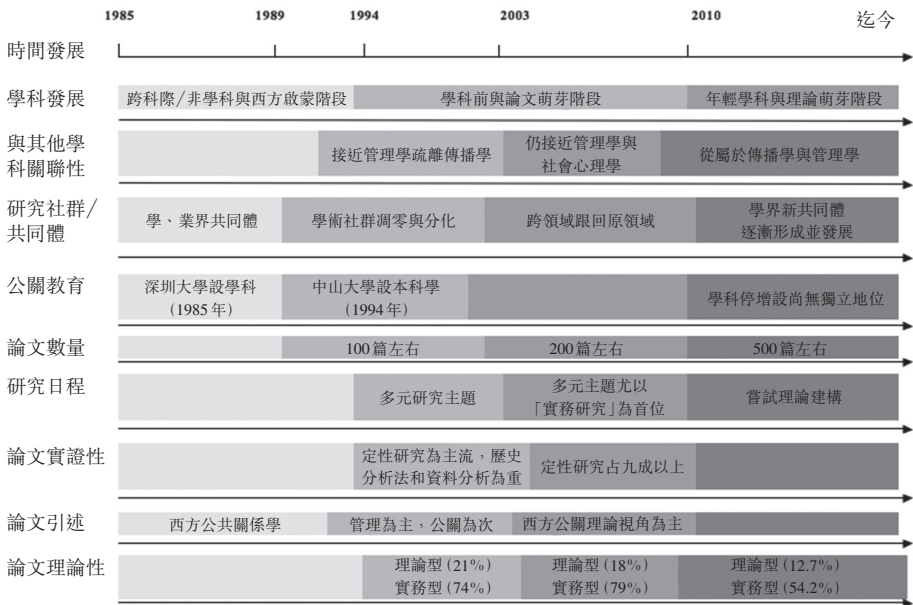
的公關研究與期刊論文，引述西方理論、模型進行時事評論式的策略分析，常常見諸於各類公關文章之中。換言之，論文出版與文獻之援引主要來自教科書而非第一手研究，學術研究力仍未成熟，知識本體尚未形成；(3) 論文作者來自學術領域(相較於實務界)的比例逐年成長，學術群體逐漸壯大；(4) 雖然論文的靈感常起源於對實務的觀察或相關問題的解決，但研究已出現理論建構與範式成形的契機；(5) 在組織方面，2015年成立第一個學術性二級學會，為學術共同體的形成提供了機構與組織基礎(Hu, Huang, & Zhang, 2015)。

21世紀有一群研究者注意到公關範式的調整和創新問題，在各自的研究領域上發展論述。譬如，職業倫理與專業主義方面，陳先紅與劉曉程(2013)在《專業主義的同構：生態學視野下新聞與公關的職業關係分析》提出公關生態學的概念；主要的論述是公共關係應通過倫理方法，追求組織利益、公眾利益和公共利益的平衡，以期建立信任和諧的關係生態。從歷史變遷進行總結，胡百精(2013)則在《風險社會，對話主義與重建現代性：「非典」以來中國公共關係發展的語境和路徑》中提出「對話」視角，強調在非典後至21世紀十年間，中國已進入現代性與後現代性並峙的時空語境，在此語境下，在對話中成就資訊共同體、利益共同體和價值共同體則成為重要之公關範式。而結合當今網路傳播的特點，張寧(2012)的《官員個人微博一種政府公共關係角度的考察——以三個政府官員個人微博為中心》結合中國社會的網路特徵，為政府公關研究提供了一種新的切入視角。聚焦於危機公關研究，郭惠民(2006)的《危機公關的管理之道》對危機公關提供詳盡梳理，為中國危機公關理論建構提供實證資料。薛可、陳晞、余明陽(2010)等的《公共關係視野中的「社會責任」研究——對美、台、中三地期刊的分析和比較》以比較視角研究社會責任，對中國公關在此議題上的深耕提出了建議。再者，涂光晉與陳曦(2014)的《全學科視野下中國政府公關研究的宏觀脈絡與整體圖景》之於政府公關，史安斌(2014)的《全媒體時代新聞發佈變革與創新》之於新聞發佈等領域的成果，亦皆有其代表性。

圖三勾勒了公共關係學科在中國的發展與沿革。因中美公關發展差異，上文中美國公關部分類目(如理論體系與學科知識體系建構)之

資料在中國尚屬闕如。因此，圖三與圖二之類目並未完全對應。總結而言，歷經過去二十餘年之發展，中國公共關係理論建構與創新仍顯不足。90年代雖曾嘗試構建中國特色之公共關係理論體系，但不見開花結果。此外，21世紀後所嘗試的理論建構雖有其潛力，但需要大量之延伸性努力。如何在這些知識體系的基礎上，發展具實證性與辨證性的研究，以建構具本土特色甚或跨文化普適性的知識與理論體系，將是後續挑戰。

圖三 中國公共關係學科之發展與沿革



美、中公共關係學術研究與學科發展進程比較

就學科內部正當性觀察，中、美兩地公關學術研究與學科發展之關聯性密不可分。換言之，公關學術研究的「學術力」，相當程度決定公關學科發展的力道。總合上文所述，筆者提煉以下四個方面以比較美公關研究面貌。

第一，在論文數量方面，中國的公關研究與美國相似，即都在20世紀90年代開始呈現增長趨勢。

第二，在研究主題的多元性方面，中國公關研究與美國也呈現類似面貌。然而，不同的是，中國公共關係研究的主題主要以反應政治及社會需求為主要關懷。相較而言，美國可能由於社會、制度、經濟等情境因素相對較平穩，其公共關係研究日程則多著重於反應科技趨勢與時代需求，主題涵蓋國際研究，新科技（以互聯網為主），危機傳播研究與批判研究（如性別研究）等。

第三，研究方法與資料的實證性則為中國與美國公關研究最大差距之處。如上文所述，美國雖在20世紀70年代僅有2%左右的論文採用定量研究，但到了80年代，量化研究之比重已達到34%。21世紀後更達80%。然而，就中國研究資料來看，量化研究比重約為1%。

第四、中國的公關研究的本質以實踐需求為指導；鑒於公關實踐與經濟、政治、社會之問題關係緊密，公共關係研究一直試圖「對中國的現代性轉型——譬如啟蒙與現代化、市場體制、風險社會和社會認同—做出解釋和回應」（胡百精，2014）。相較之下，自21世紀後，美國公共關係的學術研究論文不僅告別對實踐的依賴或純粹反應其需求，甚至已引領實務發展。

公關學術研究所成就的「學術力」也可以進一步解釋公關學科的「獨立性」，以及衍生之與其他學科間關聯性的問題，如上文所言，1970、80年代美國公共關係學科與「傳播學」與「管理 / 行政科學」的關聯性最高，1990年代後則明顯逐步歸屬於傳播學，21世紀後，隨著公關研究的獨立性與成熟度，此學科已完全發展成獨立之傳播領域學科。相對而言，直至2010年代中期，中國公共關係與其他學科的關聯性仍然出現廣、淺（幾近通識教育）但非獨立學科的面貌。在與其他學科的關聯性上，雖然課程設置上與管理、公共行政以及傳播領域其他學科關聯大，但是公關的獨立性與成熟度仍然欠缺。

總結與展望

公共關係學科面臨「非學科」、「非獨立學科」、「子學科」或「跨學科」等尷尬身份，由來已久。總結而言，內部正當性與外部正當性各面向對於整體學科發展關係密切、且交互影響。舉美國為例，早期的美國學者

筭路藍縷，歷經百年(實為近40年)，終將公關從非學科發展為獨立且成熟之學科。就外部正當性觀察，美國公共關係教育、行業、學會與期刊穩步發展。從機構設置、教育理念、以及課程設置來看，公共關係教育在美國已具備相當的規模。同時，公關學科內部正當性——公關研究之學術力實為重要支撐力道，使得公關學科的知識本體與獨立性獲得其他學科肯定，進而穩定成熟發展。相較而言，中國大陸欠缺獨立學術學會與期刊，以及專業教育定位未明等，迄今仍影響學科發展進程。公關學術研究的幾個問題，亦具體而微滯礙學科發展。

值得注意的是，公共關係學本身起源於美國，上文所述之美國公關的學科發展史，其實亦代表了整個公關學科從起源至成熟的歷史。相對而言，公關在中國大陸屬於引進學科，由於引進學科的本質，若對中國公關進行單獨的學科進程分析，不免會因發展時間短而出現歷史縱深度不足等窘境。因此，美國「學科的發展與沿革」的借鏡可供參考，但也不必完全比照以至邯鄲學步。

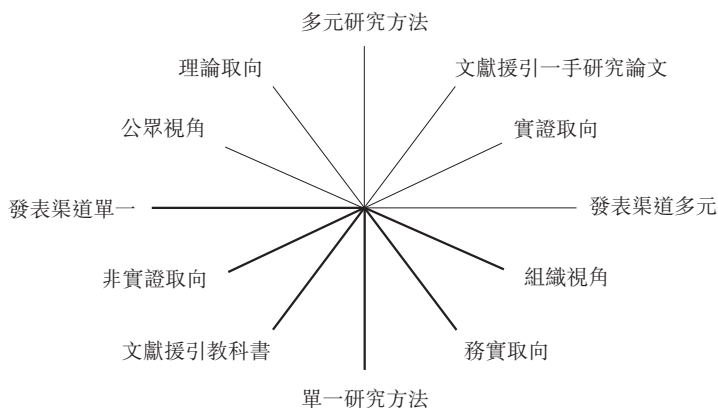
然而，不可諱言，一個應用學科的內部正當性、或是學科學術力仍是影響學科是否得以成熟發展的重要力道。中國公共關係學科能否轉型成功，目前處於重要環節，以下提出未來發展方向之展望建議。

首先，中國公關之學術社群與共同體、學會乃至於論文發表平台未健全發展，是學科正當性未能順利發展的阻礙因素之一。除此之外，學術力滯後應是造成公共關係學科正當性危機更深層的因素。總結研究發現，中國公共關係研究明顯呈現褊狹化現象：單一研究法——定性研究(相對於多元方法取向)、實務取向(相對於理論取向)、組織視角(相對於公眾視角)、非實證取向(相對於實證取向)、發表管道單一(以新聞期刊為主)、文獻援引主要來自教科書，並以西方公共關係理論為主要知識來源。雖然研究主題呈現「多元」面貌，但「行業公共關係研究」與「組織視角」(相對於公眾視角)論文係以相當懸殊之比例高於其他主題。換言之，貌似多元的研究主題在本質上仍呈褊狹化。圖四勾勒了「中國公共關係研究示意圖」(粗線部分表示自1995以來中國公關研究的特色)。

基於上述分析，本文提出以下公關研究發展之展望。

第一，褊狹化發展將局限公關研究之潛力與方向。21世紀初《公共關係研究雜誌》(*Journal of Public Relations Research*)出版「新紀元的公

圖四 中國公共關係研究示意圖



關價值」特刊，對於公關研究提出具體方向建議：公關研究應拋棄線性的、狹義的、效益導向的研究路線，朝向「非線性」、「承認差異」、「多元觀點」與「多元研究取向」。因此，往多元研究方法、著重資料的實證性、研究朝「理論紮根」努力，皆是具體的努力方向。

第二，學科之理論與知識體系之建構乃當務之急。公關研究應該告別對實務的依賴或純粹為實務服務的本質，朝發展基礎理論建設方向努力。「華人傳播研究」所得出的理論建構方針，或許可為發展華人公共關係研究之參考：以「建立通則化理論」為目標；不論採用何種理論觀點（華人文化中心，中、西文化對比，或互補融合觀點），皆應顧及理論之上層預設、世界觀與科學哲學問題；應採用開放、流變與創新的態度進行相關研究；正視與處理方法論問題。

第三，目前中國公關研究的理論基礎仍以西方公共關係理論為主要基礎，在援引西方理論時，必須基於中國本土的實際情況，有意識的比較中西理論之差異。據此，在世界觀、理論預設、理論前提以及研究方法上應關照以下問題：瞭解東、西世界觀的本質差異，以及此差異對於研究之「觀看」視角所產生之影響；認識傳統華人傳播本質，進而探討其與主流西方傳播理論之異同；瞭解東、西世界觀在研究方法本質上之影響及其異同（黃懿慧，2011）。

第四，建議應持續嘗試構建中國特色的公關理論體系。換言之，如何擺脫西方範式的影響並建構更符合中國文化情境的理論應是未來公關學界不可迴避的問題。除了傳統文化可為重要的理論養分外，基

於中國獨特的社會、政治、以及經濟語境，發展中國公共關係理論實亦有必要與潛力。當前的中國社會正處於現代性與後現代性交織的階段；一方面，現代性使中國進入全球化的進程，但由此帶來各種現代性的風險(Beck, 1992)。另一方面，後現代社會的一些特徵，如消費主義、社會階層分化等，對中國的影響正日益增強(胡百精, 2014)。在此獨特的社會情境下，構建中國特色的公關理論體系有其獨特性。「中程理論」(middle-range theory)的建構是中國公關研究未來的發展方向：中層理論建構關注具體的時間與地點，一方面重視經驗，實用性與慣例，另一方面則嘗試找尋普遍原則之可能性。具體而言，公關研究應透過考慮本文提及之世界觀、傳播本質與方法論之理論預設與前提問題，進而朝向「適度推論」(在前提預設之情境基礎上)之「理論概化」方向努力(祝建華, 2001)。

第五，建立健全的學術共同體與交流平台。除了致力於研究多元發展外，二十一世紀應有更多新的年輕學者、新的研究趨向，以及新的研究主題。此外，長期而言，學術界的發展離不開學術共同體的維護。相較美國而言，中國公關學術社群發育尚未成熟。期刊方面，為數不多的刊物主要仍以實務為導向，缺乏獨立的學術期刊。而協會方面，無論中國公關協會或是中國國際公關協會，亦均以指導實務為主，缺乏完善而獨立的學術組織。公關學術共同體對於公關研究的學術交流、理論競爭與完善等具有無可替代的作用，同時又可為業界提供智識補充。因此，如何建設中國公關的學術共同體，是長期而系統的工程，需學界與業界的共同努力。

第六，汲取跨學科理論養分。中國公共關係學跨學科的特質相當清楚——雖然其理論基礎援引主要以西方公共關係理論為主，但其旁徵援引及管理學、社會心理學與傳播學的現象很明顯。1975-1990年間，美國公共關係已逐漸建立其獨立的論述領域，並發展公共關係學的「知識本體」，此外，公共關係研究也逐漸從「傳播學」與「管理 / 行政科學」二學科中分離，朝「獨立學科」之列邁進。中國公共關係學除了致力於發展學科之獨立知識體系外，如何就其目前發展的特質，融合其他學科的理論養分，應也是建構公關知識體系的契機。

註釋

- 1 本文中國方面的資料僅包括中國大陸。

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 丁志遠、吳飛 (2010)。〈中國大陸傳播學研究分期問題的實證分析〉。《當代傳播》，第2期，頁4-9。
- Ding Zhiyuan, Wu Fei (2010). Zhongguo dalu chuanboxue yanjiu fenqi wenti de shizheng fenxi. *Dangdai chuanbo*, 2, 4-9.
- 中國國際公關關係協會 (2015)。〈2014年中國公共關係行業發展分析〉。《公關世界》，第5期，頁32-33。
- Zhongguo guoji gongguan guanxi xiehui (2015). 2014nian zhongguo gongguan guanxi hangye fazhan fenxi. *Gongguan shijie*, 5, 32-33.
- 王怡紅 (2009)。〈傳播學發展30年歷史階段考察〉。《新聞與傳播研究》，第5期，頁7-21。
- Wang Yihong (2009). Chuanboxue fazhan 30nian lishi jieduan kaocha. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 5, 7-21.
- 史安斌 (2014)。〈全媒體時代新聞發布變革與創新〉。《傳媒》，第2期，頁30-32。
- Shi Anbin (2014). Quanmeiti shidai xinwen fabu biange yu chuangxin. *Chuanmei*, 2, 30-32.
- 吳世家 (2007)。《中美公共關係高等教育比較研究》。復旦大學新聞學院博士論文。
- Wu Shijia (2007). Zhongmei gongguan guanxi gaodeng jiaoyu bijiao yanjiu. Fudan daxue xinwen xueyuan boshi lunwen.
- 林福岳 (1997)。〈傳播學和新聞學——是該分家的時候了？〉。《新聞學研究》，第54期，頁3-7。
- Lin Fuyue (1997). Chuanboxue he xinwenxue—shi gai fenjia de shihou le?. *Xinwenxue yanjiu*, 54, 3-7.
- 須文蔚、陳世敏 (1996)。〈傳播學發展現況〉。《新聞學研究》，第2期，頁9-37。
- Xu Wenwei, Chen Shimin (1996). Chuanboxue fazhan xiankuang. *Xinwenxue yanjiu*, 2, 9-37.

- 陳世敏(1999)。〈關於傳播學入門科目的一些想法〉。「中華傳播學會年會研討會」論文。
- Chen Shimin(1999). Guanyu chuanboxue rumen kemu de yixie xiangfa. Zhonghua chuanboxuehui nianhui yantaohui lunwen.
- 陳韜文(1999)。〈傳播教育的知識結構問題：思考分析與實務技術訓練之間的張力〉。《新聞學研究》，第59期，頁137-141。
- Chen Taowen(1999). Chuanbo jiaoyu de zhishi jiegou wenti: sikao fenxi yu shiwu jishu xunlian zhijian de zhangli. *Xinwenxue yanjiu*, 59, 137-141.
- 陳先紅、郭麗、殷卉(2005)。〈中國大陸近十年公共關係研究實證報告〉。《華中科技大學學報：社會科學版》，第2期，頁102-106。
- Chen Xianhong, Guo Li, Yin Hui(2005). Zhongguo dalu jin shinian gonggong guanxi yanjiu shizheng baogao. *Huazhong keji daxue xuebao: Shehui kexueban*, 2, 102-106.
- 陳先紅、劉曉程(2013)。〈專業主義的同構：生態學視野下新聞與公關的職業關係分析〉。《新聞大學》，第2期，頁18。
- Chen Xianhong, Liu Xiaocheng(2013). Zhuanye zhuyi de tonggou: shengtaixue shiyexia xinwen yu gongguan de zhiye guanxi fenxi. *Xinwen daxue*, 2, 18.
- 胡百精(2013)。〈風險社會，對話主義與重建現代性：「非典」以來中國公共關係發展的語境與路徑〉。《國際新聞界》，第5期，頁6-15。
- Hu Baijing(2013). Fengxian shehui, duihua zhuyi yu chongjian xiandaixing: feidian yilai zhongguo gonggong guanxi fazhan de yujing yu lujing. *Guoji xinwenjie*, 5, 6-15.
- 胡百精(2014)。〈中國公共關係30年的理論建設與思想遺產〉。《國際新聞界》，第2期，頁27-41。
- Hu Baijing(2014). Zhongguo gonggong guanxi 30nian de lilun jianshe yu sixiang yichan. *Guoji xinwenjie*, 2, 27-41.
- 涂光晉、陳曦(2014)。〈全學科視野下中國政府公關研究的宏觀脈與整體圖景〉。《國際新聞界》，第2期，頁6-26。
- Tu Guangjin, Chen Xi(2014). Quan xueke shiye xia zhongguo zhengfu gongguan yanjiu de hongguan mailuo yu zhengti tujing. *Guoji xinwenjie*, 2, 6-26.
- 薛可、陳晞、余明陽(2010)。〈公共關係視野中的「社會責任」研究——對美台三地期刊的分析和比較〉。《國際新聞界》，第8期，頁28-34。
- Xue Ke, Chen Xi, Yu Mingyang(2010). Gonggong guanxi shiyezhong de shehui zeren yanjiu—dui mei tai zhong sandi qikan de fenxi he bijiao. *Guoji xinwenjie*, 8, 28-34.
- 俞吾金(2004)。〈一個虛假而有意義的問題——對「中國哲學學科合法性問題」

- 的解讀》。《復旦大學學報：社會科學版》，第3期，頁27-34。
- Yu Wujin (2004). Yige xujia erylou yiyi de wenti—dui zhongguo zhexue xueke hefaxing wenti de jiedu. *Fudan daxue xuebao: Shehui kexueban*, 3, 27-34.
- 祝建華 (2001)。〈精確化，理論化，本土化：20年受眾研究心得談〉。《新聞與傳播研究》，第4卷，頁68-73。
- Zhu Jianhua (2001). Jingquehua, lilunhua, bentuhua: 20nian shouzhong yanjiu xindetan. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 4, 68-73.
- 郭惠民 (2006)。《危機管理的公關之道》。上海：復旦大學出版社。
- Guo Huimin (2006). *Weiji guanli de gongguan zhidao*. Shanghai: Fudan daxue chubanshe.
- 劉建順、漆梅君 (2000)。〈中美大學公共關係課程之比較研究〉。《中國廣告學刊》，第5期，頁89-126。
- Guo Jianshun, Qi Meijun (2000). Zhongmei daxue gonggong guanxi kecheng zhi bijiao yanjiu. *Zhongguo guanggao xuekan*, 5, 89-126.
- 劉敏之 (2010)。《我國國內公共關係理論研究現狀的思考》。華中科技大學新聞與信息傳播學院博士論文。
- Liu Minzhi (2010). Woguo guonei gonggong guanxi lilun yanjiu xianzhuang de sikao. Huazhong keji daxue xinwen yu xinxi chuanbo xueyuan boshi lunwen.
- 陸新蕾 (2012)。〈反思與開拓：2011年中國公共關係學研究回顧〉。《新聞界》，第4期，頁18-22。
- Lu Xinlei (2012). Fansi yu kaituo: 2011nian zhongguo gonggong guanxixue yanjiu huigu. *Xinwenjie*, 4, 18-22.
- 楊智勇 (2007)。〈1996年以來檔案界公共關係研究論文定量分析〉。《檔案管理》，第5期，頁54-56。
- Yang Zhiyong (2007). 1996nian yilai dang'anjie gonggong guanxi yanjiu lunwen dingliang fenxi. *Dang'an guanli*, 5, 54-56.
- 楊晨 (2014)。〈2013中國公關教育觀察報告〉。《國際公關》，第2卷，頁23。
- Yang Chen (2014). 2013 zhongguo gongguan jiaoyu guan cha baogao. *Guoji gongguan*, 2, 23.
- 楊晨、紀華強、張甯、虞華君、霍榮棉 (2013)。〈公共關係學本科專業發展現狀與思考〉。《內蒙古財經學院學報(綜合版)》，第5卷第9期，頁1-6。
- Yang Chen, Ji Huaqiang, Zhang Ning, Yu Hua jun, Huo Rongmian (2013). Gonggong guanxixue benke zhuan ye fazhan xianzhuang yu sikao. *Neimenggu caijing xueyuan xuebao (Zongheban)*, 5(9), 1-6.
- 黃懿慧 (1999)。〈西方公共關係理論學派之探討〉。《廣告學研究》，第12期，頁1-38。

- Huang Yihui (1999). Xifang gonggong guanxi lilun xuepai zhi tantao. *Guanggaoxue yanjiu*, 12, 1-38.
- 黃懿慧(2001)。〈90年代台灣公共關係研究之探討——版圖發展，變化與趨勢〉。《新聞學研究》，第67期，頁51-86。
- Huang Yihui (2001). 90 niandai Taiwan gonggong guanxi yanjiu zhi tantao—bantu fazhan, bianhua yu qushi. *Xinwenxue yanjiu*, 67, 51-86.
- 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 Yihui (2010). Huaren chuanbo yanjiu: yanjiu quxiang, bianlun, gongshi yu yanjiu qianti. *Xinwenxue yanjiu*, 105, 1-44.
- 黃懿慧(2014)。〈網路公關研究〉。《傳播學新趨勢》，頁806-824。
- Huang Yihui (2014). Wanglu gongguan yanjiu. *Chuanboxue xin qushi*, 806-824.
- 黃旦(2014)。〈整體轉型：關於當前中國新聞傳播學科建設的一點想法〉。《新聞大學》，第6卷，頁2。
- Huang Dan (2014). Zhengti zhuanxing: guanyu dangqian zhongguo xinwen chuanbo xueke jianshe de yidian xiangfa. *Xinwen daxue*, 6, 2.
- 張甯(2012)。〈官員個人微博：一種政府公共關係角度的考察——以三個政府官員個人微博為中心〉。《現代傳播：中國傳媒大學學報》，第34卷第7期，頁100-104。
- Zhang Ning (2012). Guanyuan geren Weibo: yizhong zhengfu gonggong guanxi jiaodu de kaocha—yi sange zhengfu guanyuan geren Weibo wei zhongxin. *Xiandai chuanbo: Zhongguo chuanmei daxue xuebao*, 7(34), 100-104.
- 張詠、李金銓(2008)。《密蘇里新聞教育模式在現代中國的移植》。明尼蘇達大學新聞與大眾傳播學院博士論文。
- Zhang Yong, Li Jinqun (2008). *Misuli xinwen jiaoyu moshi zai xiandai zhongguo de yizhi*. Minnisuda daxue xinwen yu dazhong chuanbo xueyuan boshi lunwen.
- 廖為建、熊美娟(2005)。〈公共關係的公共性解讀〉。《中山大學學報：社會科學版》，第45卷第3期，頁1-6。
- Liao Weijian, Xiong Meijuan (2005). Gonggong guanxi de gonggongxing jiedu. *Zhongshan daxue xuebao: Shehui kexueban*, 3(45), 1-6.
- 臧國仁(2001)。〈公共關係研究的內涵與展望——十字路口的觀察〉。《廣告學研究》，第17期，頁1-20。
- Zang Guoren (2001). Gonggong guanxi yanjiu de neihan yu zhanwang—shizi lukou de guanचा. *Guanggaoxue yanjiu*, 17, 1-20.

英文部分 (English Section)

- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity* (Vol. 17). London, Newbury Park: Sage Publications.
- Benbasat, I., & Zmud, R. W. (2003). The identity crisis within the IS discipline: Defining and communicating the discipline's core properties. *MIS Quarterly*, 27(2), 183–194.
- Botan, C. H., & Taylor, M. (2004). Public relations: State of the field. *Journal of communication*, 54(4), 645–661.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77–101.
- Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor. (n.a.). Occupational Outlook Handbook, Public Relations Specialists (2014–15 Ed.). Retrieved on June 28, 2015 from <http://www.bls.gov/ooh/media-and-communication/public-relations-specialists.htm>.
- Card, N. A. (2011). *Applied meta-analysis for social science research*. New York: Guilford Press.
- Career Index. (n.a.). Public Relations Statistics, Retrieved April 19, 2015 from <Http://www.educationnews.org/career-index/public-relations-schools/>.
- Cook, T. D., Cooper, H., Cordray, D. S., Hartmann, H., Hedges, L. V., & Light, R. J. (Eds.). (1992). *Meta-analysis for explanation: A casebook*. New York: Russell Sage Foundation.
- Cutlip, S. M. (1961). History of public relations education in the United States. *Journalism Quarterly*, 38, 363–370.
- Doerfel, M. L., & Barnett, G. A. (1999). A semantic network analysis of the International Communication Association. *Human Communication Research*, 25(4), 589–603.
- Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzman, S., Scott, P., & Trow, M. (1994). *The new production of knowledge: The dynamics of science and research in contemporary societies*. Los Angeles, London: Sage.
- Giddens, A. (2013). *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Grunig, J. E., & Hickson, R. H. (1976). An evaluation of academic research in public relations. *Public Relations Review*, 2(1), 31–43.
- History of Education. (1977). *Encyclopædia Britannica* (15th edition), Macropaedia vol. 6, p. 337.
- Hu, B., Huang, Y. H., & Zhang, D. (2015). Public relations and Chinese modernity: A 21st-century perspective. *Journal of Public Relations Research*, 27(3), 262–279.
- Huang, Y.-H. C., Wu, F., & Huang, Q. (in press). Does research on digital public relations indicate a paradigm shift? An analysis and critique of recent trends. *Telematics and Informatics*.
- IBIS World. (2015, April 20). *Public relations firms in the US: Market research report* (2014), Retrieved from <http://www.ibisworld.com/industry/default.aspx?indid=1434>.

- Kuhn, T. S. (2012). *The structure of scientific revolutions*. Chicago, IL: University of Chicago press.
- Mattessich, R. (1995). *Critique of accounting: examination of the foundations and normative structure of an applied discipline*. Westport, CT: Quorum Books.
- Pasadeos, Y., Berger, B., & Renfro, R. B. (2010). Public relations as a maturing discipline: An update on research networks. *Journal of Public Relations Research*, 22(2), 136–158.
- Pasadeos, Y., & Renfro, B. (1992). A bibliometric analysis of public relations research. *Journal of Public Relations Research*, 4(3), 167–187.
- Pasadeos, Y., Renfro, R. B., & Hanily, M. L. (1999). Influential authors and works of the public relations scholarly literature: A network of recent research. *Journal of Public Relations Research*, 11(1), 29–52.
- Pavlik, J. V. (1987). *Public relations: What research tells us*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Ries, A., & Ries, L. (2002). *The fall of advertising and the rise of PR*. New York: Harper Business.
- Ross, B. I., & Johnson, K. F. (2005). *Where shall I go to study advertising and public relations*. Lubbock, TX: Advertising Education.
- Schramm, W., Chaffee, S. H., & Rogers, E. M. (1997). *The beginnings of communication study in America: A personal memoir*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1990). Exposure to what? Integrating media content and effects studies. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 67(4), 649–652.
- Slaughter, R. A. (1998). Futures studies as an intellectual and applied discipline. *American Behavioral Scientist*, 42(3), 372–385.
- Xue, K., & Yu, M. (2009). A content analysis of public relations literatures from 1999 to 2008 in China. *Public Relations Review*, 35(3), 171–180.
- Ye, L., & Ki, E. J. (2012). The status of online public relations research: An analysis of published articles in 1992–2009. *Journal of Public Relations Research*, 24(5), 409–434.
- Yearley, S., & Collins, H. M. (1992). Epistemological chicken. In Pickering, A. (Eds.), *Science as practice and culture* (pp. 301–326). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research design and methods* (3rd edition). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

本文引用格式

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。

《傳播與社會學刊》處理流程與投稿須知

《傳播與社會學刊》學刊園地公開，凡探討傳播與文化或社會關係，而未經發表的中文學術論文，均歡迎投稿。

審稿程序

1. 本刊收到來稿後，將由編輯委員會先作初審。如初審認為稿件適合本刊，主編將委任編委會中一人擔任責任編輯，責任編輯會提名合適的論文評審員，稿件將以雙匿名方式交付兩位或以上的評審員審查。
2. 如評審員提出修改意見，本刊會把審查意見寄回，請作者參考修改後，將修改稿連同修改說明 (explanation note) 再交回本刊。
3. 如兩位評審員意見相左，本刊會安排第三位評審員或由責任編輯參與評審工作，再由編輯委員會決議是否刊登。

注意事項

1. 論文一般以 15,000 字為原則。
2. 本刊不接受已發表的中文論文及一稿多投的論文。
3. 作者必須依照本刊的論文體例寫作投稿。
4. 來稿一經刊登，本刊將享有其刊登和出版之權利。作者不得把作品再投稿至其他刊物。
5. 依國際學術慣例，曾在國內外學術會議宣讀的論文集 (conference proceedings) 視為未曾發表，歡迎賜稿。
6. 本刊編輯委員會對論文刊登與否有最終決定權。
7. 本刊不設退稿服務，請作者自行保留原稿。

論文體例

來稿應包括封面、摘要、正文、參考文獻等，文稿通常以 15,000 字為限。為便於匿名審閱，正文請勿出現可能透露作者身份的文字。

一、封面（頁首）

封面需註明論文題目和所有作者的姓名、任職機構、職稱、聯絡地址、電話、傳真、電郵等。

二、摘要（第2頁）

摘要包括中文摘要、英文摘要、中英文關鍵詞等。

（一）中文摘要以400字為限，應包括研究問題、目的、方法、發現等。

（二）英文摘要以450字為限，應包括研究問題、目的、方法、發現等。

（三）中英文關鍵詞各不超過5個。

三、正文

（一）子目

標題位置：置中，用黑體字。

子題位置：靠左對齊。

次級子題位置：靠左對齊，以羅馬數字（I、II、III、IV……）標示。

（二）段落

每段起始於第三格（即第三個字位）。

（三）標點

1、標點須全形輸入。

2、使用中式標點符號：「」為平常引號；『』為第二級引號（即引號內之引號）；《》用於書籍、博碩士論文及期刊，如《新聞學研究》；〈〉用於單篇論文及書籍之篇章，如〈民意與公共性：批判解讀台灣電視談話節目〉。

（四）數字

1、一般數字（如日期、頁碼、註釋號碼、百分比等）採用阿拉伯數字。

2、單數、題目中的數字、圖表號碼、中國傳統曆法日期等採用中國數字書寫。

3、文中數字超過1,000，請用逗號標示，例如4,274人。

4、統計數字請按照APA格式的規定：

（1）如果數字可能大於1，如身高、體重等，而文中數字小於1時，在小數點前加0（例如：0.24公分，0.53英吋）。

（2）如果數字不可能大於1，如相關係數、beta值、顯著水準，小數點

前不加0(例如： $r = -.43, p < .001$; $Beta = .05, p > .05$)。

(3) 所有的小數點，請只列出小數點後2位數字($p < .001$ 除外)。

(五) 引文

1、直接引述，須加引號，並用括弧註明引文出處。

例1：「……。」(李金銓，2004：3-4)

例2：李金銓(2004：3-4)指出：「……。」

2、引文較長，可獨立成段，無須引號，但每行要空出四格，上下各空一行。

3、間接引述，須標明出處。

例1：朱立(1999)認為……。

例2：其他學者亦有類似見解(陳韜文，1992；孫旭培，1999；袁軍、韓運榮，2000；祝建華，2001；汪琪、沈清松、羅文輝，2002)。

例3：引用英文文獻請參照APA格式，如：(Peters, 2009, p. 15)。

4、引文請按照先中文、後英文的順序排列。引文如有多個出處，請以字母順序進行排列，並以「；」分隔。如同一作者有多個引文，請以出版年份排列，並以「，」分隔。

例1：(陳韜文，1992；Baym, 2005; McLemee, 2001, 2009)

(六) 翻譯

徵引外國人名、外文書籍、專門辭彙等，可沿用原名。若採用譯名，則須在正文首次出現處，附上原名於括弧內。

(七) 註釋

1、註釋附於正文及參考文獻之後。正文註釋用阿拉伯數字編號，如1、2、3……，置於標號符號後的右上角。例：這種觀點非常少見。²

2、註釋內引文形式與正文同。

(八) 圖表

1、標題置於圖表上方，註記置於下方。

2、圖表標題範例為：「圖一 《紐約時報》肥胖症相關報導數量」、「表一 《紐約時報》肥胖症相關報導數量」。

3、圖表置於文中適當位置，超過一頁者一般附錄於參考文獻之後。

四、參考文獻

- (一) 僅需羅列文稿曾徵引之文獻。
- (二) 中西文書目並存時，先排中文，後排西文。
- (三) 中文作者(或編者)以姓氏筆劃排序；英文作者(或編者)以字母次序排列。中文作者(或編者)用全名，英文作者(或編者)姓在前，名縮寫於後。
- (四) 同一作者的著作，按出版年份排列，舊著在前，新著在後。若出自同一年份，在年份後標示abc，如(2002a)、(2002b)、(2002c)。
- (五) 文獻資料一般包括作者姓名、出版時間、標題、卷/期數、頁數、出版地、出版社等。

(六) 範例

1、期刊論文

例1：祝建華(2001)。〈中文傳播研究之理論化與本土化：以受眾及媒介效果整合理論為例〉。《新聞學研究》，第68期，頁1-22。

例2：Huang, Y. H. (2000). The personal influence model and gao guanxi in Taiwan Chinese public relations. *Public Relations Review*, 26, 216-239.

例3：(作者多於一位) Grunig, J. E., Grunig, L. A., Sriramesh, K., Huang, Y. H., & Lyra, A. (1995). Models of public relations in an international setting. *Journal of Public Relations Research*, 7(3), 163-187.

2、研討會論文

例1：徐美苓(2004年7月)。〈新聞乎？廣告乎？醫療風險資訊的媒體再現與倫理〉，「中華傳播學會2004年學術研討會」論文，澳門。

例2：Peng, B. (2003, May). *Voter cynicism, perception of media negativism and voting behavior in Taiwan's 2001 election*. Paper presented at 2003 International Communication Association Annual Conference, San Diego.

3、書籍

例1：李金銓(2004)。《超越西方霸權：傳媒與文化中國的現代性》。香港：牛津大學出版社。

例2：陳國明(編)(2004)。《中華傳播理論與原則》。台北：五南。

例3：Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

例4：(修訂版)：Rosenthal, R. (1987). *Meta-analytic procedures for social research* (Rev. ed.). Newbury Park, CA: Sage.

例5：(文集)：Sheppard, B. H., Bazerman, M. H., & Lewicki, R. J. (Eds.). (1990). *Research on negotiation in organizations*. Greenwich, CT: JAI Press.

4、文集篇章

例1：汪琪(2004)。〈全球化與文化產品的混雜化〉。郭鎮之(編)，《全球化與文化間傳播》(頁240-254)。北京：北京廣播學院出版社。

例2：Grunig, J. E. (1992). Communication, public relations, and effective organizations: An overview of the book. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 1-30). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

5、譯著

例1：約瑟夫·斯特勞巴哈、羅伯特·拉羅斯(2002)。《資訊時代的傳播媒介》(熊澄宇等譯)。北京：清華大學出版社。(原書 Straubhaar, J., & LaRose, R. [2000]. *Media now: Communication media in the information age* [2nd ed.]. Belmont, CA: Wadsworth.)

例2：Laplace, P. S. (1951). *A philosophical essay on probabilities* (F. W. Truscott & F. L. Emory, Trans.). New York: Dover. (Original work published 1814)

6、學位論文

例1：張榮顯(2005)。《公眾的想像：媒介使用與中國人的國家主義建構》。浸會大學傳理學院博士論文。

例2：楊怡珊(2002)。《新聞記者之社會智慧與消息來源互動策略之人際關係研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。

例3：Wilfley, D. E. (1989). *Interpersonal analyses of bulimia: Normal-weight and obese*. Unpublished doctoral dissertation, University of Missouri, Columbia.

例4：Almeida, D. M. (1990). *Fathers' participation in family work: Consequences for fathers' stress and father-child relations*. Unpublished master's thesis, University of Victoria, Victoria, British Columbia, Canada.

7、雜誌

例1：張圭陽(2003年5月)。〈香港傳媒「非典」一役的總結〉。《信報財經月刊》，第315期，頁35-37。

例2：Kandel, E. R., & Squire, L. R. (2000, November 10). Neuroscience: Breaking down scientific barriers to the study of brain and mind. *Science*, 290, 1113-1120.

8、報紙

例1：林鶴玲(2001年10月30日)。〈媒體如何擺脫政治糾葛？〉。《中國時報》，第15版。

例2：《明報》(2000年7月26日)。〈報評會成立，接受私隱投訴〉，第A5版。

例3：Schwartz, J. (1993, September 30). Obesity affects economic, social status. *The Washington Post*, pp. A1, A4.

9、網上文章/文件

例1：潘知常(2004年10月8日)。〈新意識形態與中國傳媒——新世紀新聞傳媒研究的一個前沿課題〉。取自中華傳播網，http://academic.mediachina.net/xsjd_view.jsp?id=1802。

例2：TVBS民意調查中心(2002年2月20日)。〈財劃法後政治人物聲望民調〉。上網日期：2002年3月6日，取自<http://www.tvbs.com.tw/code/tvbsnews/poll/2002-02/20020222/020222.asp>。

例3：Canarie, Inc. (1997, September 27). *Towards a Canadian health IWAY: Vision, opportunities and future steps*. Retrieved November 8, 2000, from <http://www.canarie.ca/press/publications/pdf/health/healthvision.doc>.

10、其他範例請參考英文APA格式。