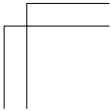
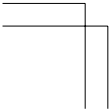
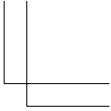
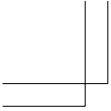


第壹章

導論



公共關係從發展到現在，約有一百多年的歷史，但直到現在，仍有人認為公共關係沒有理論，或者沒有自己的理論。是耶？非耶？坊間有不少公關書籍，但多以實用為主，即便是公關課本，也少談理論，而多談公關概論。雖然有一些中文書談及公關理論及其應用，但多半不是完整的介紹公關理論，並且時勢推移，許多新的理論發展成氣候，海峽兩岸高等教育也大量增加研究生的數目，不僅為了教學，就算是為了寫論文，一本有系統分析比較公關理論的中文專書，實有其必要。

但要寫這樣一本書談何容易？即使國外這幾年出了一些與公關理論有關的專書，也多半是一人寫一篇（或數人合寫一篇）集結而成的書，或只就理論中某一部份，如只與語藝／批判相關的部份，集結成一本書。若要寫全套公關理論，又要成於一人之手，有統一的調性、標準與文字，又不偏重某一時期或某一理論，實在不是容易的事。更何況公關理論來自各學門，從來沒有人「欽定」那些理論屬於公關理論，那些理論不屬於公關理論。後期公關學門自身雖然發展出一些鮮明的、屬於自己的理論，但市面上仍缺乏一本公關理論集大成的書，這也造成教授公關專業的老師與學生莫大的困擾，相信即便是實務界人士，亦可能有這樣的困擾。

2000 年以次，廣告效益明顯下降，即便是整合行銷傳播論者，也高舉公關的大纛，而行銷／品牌大師如 Philip Kotler，也認為公關是型塑品牌最有效的技巧，以及留住顧客最好的方法。各界對公關的要求越來越殷切，而公關理論專書卻仍不多見，並且成書亦難。首先，那些理論是公認的公關理論，恐怕各界就有不同的意見，何況公關許多理論，確實源於其他學門，或與其他學門重疊，尤其在早期，更是如此。因此要有系統的介紹公關理論，首先要注意的，就是理論的選取；所有的理論，必須信而有徵，確實是公關學門常用或驗證過的理論。

4 公共關係理論的發展與變遷

其次，這所有公關理論的排比，要使初學者或剛入門者讀後能一窺全豹，並且立即見樹又見林，腦海裡從此有地圖（map），並不是件易事。事實上，即使是教授公關的老師，也仍可能有人想到公關理論時，腦子裡只有模糊的概念。之所以會這樣，仍得歸因於鳥瞰公關理論中、英文相關書籍的匱乏。雖然如前所述，英文相關書籍近年來頗有幾本，但並不見得係以「鳥瞰」的宏觀視野成書，並且這些書讀來頗為吃力，光與英文奮戰，就要耗掉許多時光，如果想要在短期內得其精髓，窺其堂奧，並找到適合自己所探討題目的理論，談何容易。

第三，要寫這樣一部集大成的公關理論書，對作者本身，就是極大的挑戰，他必須把所有值得一讀的公關學術著作，不管是書本或研究論文，全部在短期（對筆者而言所謂短期，結果長達一年）內讀過，或重新讀過，並將之整理爬梳，消化盡淨，然後再吐出來，並且還要拿捏下筆時，如何在客觀的分析比較之餘，夾雜自己的主觀論述與想法，並且最好還能找到相關文獻或立論，作為依據。

要達到這樣的目的，依筆者之見，最好用階段式編年法排比歷年來公關理論，效果較為理想。一來用編年的方法，讀來一目了然，並且也最能比較出公關理論的脈絡與源流，發展與變遷；而分階段的排列方式，雖然需要更多的考證與研判，卻能夠有序突顯每階段的公關史觀。但這樣又衍生出一個問題，即各理論的次序與排比；有些理論，有明顯的時期；但有些理論，源於很早的年代，大盛於稍晚的年代；更有些理論一路長紅，始終受到注目。這中間除了需要一套選取的標準，也需要一套置放的標準，那些理論被選用，又被放在那一個時期，都不能隨心所欲，而需有一套說得通、並且能服人的理由。

以上種種，都增加了本書的難度，但假如此書果能依照理想完成，則不僅能造福莘莘學子，也能大幅提升公共關係的研究進程與教育，尤

其加快東方相關研究。由於公關理論幾乎都源於西方，因此本書也幾乎都以西方文獻為主要參考，而東方若想加強在地公關觀點與理論，也必須植基於既有的公關理論上。執此，本書橋樑及拋磚引玉的功能益顯，也冀望它確實能開展海峽兩岸公關人的視野，對提升公關整體研究，有殊勝的貢獻。

一、 何謂理論？

Lewin (1951) 有句為各家所引用的名言：「沒有什麼，比一個好的理論更實用的了」(There is nothing so practical as a good theory.)，如果使用得當，理論可以有極大的價值。探尋實用的好理論，因而成了各界共同的追求。

1984 年，Mary Ann Ferguson (1984) 對當時公共關係唯一、且最權威的期刊 *Public Relations Review* 在 1975 至 1984 十年間所刊載之 171 篇論文，以題目及摘要為分析單位，以「內觀型」(introspective)、公關「實務與應用」(practice and application)，及「理論發展」(theory development) 三種類目做內容分析，結果發現其中並沒有太多建構理論的研究。

三年後，John Pavlik (1987) 的 *Public Relations: What Research Tells Us* 一書問世，談的雖是公關研究，但由於一談到研究，就一定要帶出理論，因此 Pavlik 這本言簡意賅的小書，可謂最早一本一以貫之介紹公關理論與研究的專書，可惜由於出版年代的關係，該書只對 1975–1985 的公關研究，做了簡明的介紹。Pavlik 沿用 Ferguson 的分類概念，把公關研究分成：基礎(basic)研究、應用(applied)研究，和內觀型(introspective)研究等三大類目；基礎研究針對公關過程建構理論，應用研究

6 公共關係理論的發展與變遷

協助解決實際問題，內觀型研究則研究公關行業本身。這其中最抽象和概念化的是基礎研究，企圖建立一套知識本體，以解釋因果關係，預測未來情勢，以及增進對群眾、組織、民意的了解。

根據 Pavlik 在八〇年代的研究，越來越多的公關學術研究趨向建構理論，以便協助描述（describe）、解釋（explain）和預測（predict）公共關係在社會中的過程與影響；而公關相關研究，也不脫上述三種性質。所謂描述性的研究，是勾畫一個過程、狀況或現象的，它告訴我們發生了什麼事，以及某事或某人的特色為何。解釋性的研究，則在解釋某事為什麼會發生，及其因果。至於預測性的研究，則預告如果我們做、或不做某事，將會發生什麼樣的影響。這三種研究，均在協助增進對人、社會，及世界的了解。

所有傳播研究者都用理論來導引論述，理論之功用，可見一斑。根據 McQuail（1987），理論可分為四種：社會科學理論，規範性（normative）理論，實作（working）理論，以及常識（commonsense）理論。社會科學理論是所有理論裡最精鍊的，是透過科學的規則和方法證得的理論，此種理論的特色在其對抽象概念的倚賴。規範性理論本諸價值觀和意識型態，並據此告知傳播的形式和功能；故此東方和西方的規範理念，可能是大相逕庭的。實作理論既實用又規範，它告知傳播者該如何計畫，以便達到特殊的目的；實作理論常在實際操作中逐漸成形。至於常識理論，多從自身生活經驗而來，傳播者不可避免的，會用到這種非正式的理論。一個常受到批評的情形是，人們明明用的是常識理論，卻把它當作驗證過、具效度的理論來操作，並且有時也真的使常識理論成為社會科學理論的一環。根據 McQuail，上述四種理論相互關連。

到底什麼是理論？歷來頗有不少學者把理論比作動物（Sallot, Lyon, Acosta-Alzuru, & Jones, 2003）；Causey（1977）認為一個好的通用理論

有如章魚的身體，而其八爪，則是輔助性的「假設」（hypotheses）。Craig（1993; Sallot et al., 2003）則認為傳統上，理論是放諸四海而皆準的科學概括通則（scientific generalizations），描述經過實證測量或引申的變項間之功用與關連。科學的理論一般而言，用來描述、解釋、了解、預測及控制現象；但是傳播學者近年來大量提倡中型理論（middle-range theory），因為這種理論較具實用價值，可據以重覆驗證某個現象範圍內各種假設；中型理論被認為比壯觀的大型理論（grand theory）來得實用得多。

Ferguson（1984）認為理論並非一套建立在假設或臆測的解釋，而是了解事件，以及預測促使此理論成立的研究發現。她認為所有蔑視理論在實務上功能的公關從業人員，只有兩條路好走：第一是以臆測來做決策，第二是根據實證經驗法則來做決策。公關理論來自各領域，有不少人甚至質疑公關到底值不值得學界對之做深入的理論建構；另有些人則認為公關只適合針對來自其他學科的理論做應用研究。Ferguson深受Thomas Kuhn的影響，認為只有公關典範理論的出現，才能提升公共關係的價值，而此一學門，也才稱得上是科學。

Kuhn等學者認為理論是「一套深奧的概念系統，同時也提供一種世界觀」（*Weltanschauung*）（轉引自 Suppe, 1977: 114），但這種看法在後現代越來越受到質疑，因為現在出現了「修辭的反轉」（Simons, 1990），而理論在這樣的反思下，也只不過是「實用的歷史性對話」（practical historically-situated discourse）而已（Sallot et al., 2003:30）。此時理論不再被視為不可挑戰的一套標準知識，而只是歷史上某個時間點下的一個看法。但Craig（1993）認為，就算如此，也不能抹煞理論的功用。

Suppe（1977）認為理論可以被視為象徵性的概括通則，每個人可以

8 公共關係理論的發展與變遷

對這個通則做不同的會意與詮釋，而這樣的多元詮釋，可能更強化了理論。Sallot et al. (2003) 認為理論也可以視作有潛力驗證自己的研究方法與分析單位。既然沒有一個理論是唯一領域所擁有，且沒有一個世界觀是獨霸的世界觀，因此理論本身也是動態的、成長的，而非一成不變的。

前中研院長吳大猷（2001）讀英國學者李約瑟有關中國科技文明的套書，產生一個很大的疑惑，即為什麼中國歷來所有進步的科技與發明，幾乎都是技術性的，實用性的？李約瑟把這一切歸因於科舉取士。吳氏的疑惑，最後從何柄棣〈華夏人本主義：淵源、特徵和意義〉（原載香港中文大學《21 世紀》雙月刊第 33、34 期）一文中找到答案。

根據何柄棣，華夏文化重人本主義，不論是宗親制度、禮天祀地、敬祖觀念、子孫福蔭，無不與「人」有密切關係，「禮」是中國很重要的制度，而此一人本主義，遠在儒家之前，就已產生，儒家之後，則換成「倫理」的說法，基本上仍是一脈相傳。簡言之，華夏文明所有的思想、行為都和人有關。西方歷來講神本主義，華夏歷來重人本主義，既然中華民族講求人本，因此思想上就不大講求抽象的思辨，並且對純粹的科學興趣缺缺。整個民族的思考都是一些較實用、務實的問題，連高科技如青銅的發展，也為的是祭天；而曆法，也不過是為了農業，卻從未思及日、月與宇宙結構等問題。此所以中國雖然比畢達哥拉斯還早就發現了勾股弦定理，卻發展不出像歐幾里德那樣具邏輯系統的幾何學。

吳氏認為整個中華民族，對應用性的東西智慧很高；但一切均從「人」的出發點思考的結果，技術性的東西很強，科學性的東西就很弱；而科學，代表一種探索，其動機在求真知、真理。吳氏認為，沒有純粹的研究和抽象的思索，「欠缺一種完完全全求知的精神」（p. 49），「是我們民族思惟上一個缺失」（p. 42）。

之所以不厭其煩指出吳大猷的觀察和體會，就在指出中國人的思惟，

一般而言，對建構抽象、概念化的理論和基礎研究，並不在行。但建構理論或做基礎研究，有助提升公關學門，使之趨近專業，因此仍屬必要，並且也最易獲得尊重，最常被引述。然而尺有所短，寸有所長，因此並不是每個人，都要做基礎研究，都要架構理論，實際上也不可能。事實上，此際最迫切需要的，是應用型研究，因為它最有助公關實務的操作，並且也最可以彌補公共關係理論與實務間的鴻溝。而內觀型研究，有助於我們對公關行業本身的了解，也同樣不可或缺。這三類研究實不可偏廢。

任教於 Iowa 州立大學的 Prior-Miller（1989），對源自社會學的大型理論非常熟悉，大型理論又稱作「後設理論」（metatheory），是一種源頭（orientations）與觀點（perspectives）（Turner, 1982）。Prior-Miller 認為這些對組織學理論有過啟發的大型理論，也應對公關理論有所啟示，因為公關不可避免的，也要和組織和人打交道。Prior-Miller 所舉的四個大型理論，分別是：1）符號互動理論（symbolic interactionist，參見第參章第十節「共向模式」及第伍章第五節「框架理論」）；2）交換理論（exchange theory，參見第伍章第一節「關係理論」）；3）衝突理論（conflict theory）；和 4）結構—功能理論（structural-functional theory，參見第肆章第二節「系統論」）。Prior-Miller 強調所謂的組織理論，並非單一理論，而是一堆複雜的中型理論，中型理論又稱作「部份理論」（partial theories）（Champion, 1975），雖然只能解釋組織部份的面向，卻能有系統的解釋現象，預測公關的本質、型態（patterns）、動能（dynamics），所以十分有用。

Prior-Miller 認為公關研究者，也要和組織研究一樣，從不同的學門，選用提供不同啟示或觀點的理論，來研究公關。這些學門包括：社會學、社會心理學、經濟學、政治學。但在這樣做之前，應先對這些中型理論的脈絡與源頭，亦即她所列舉的大型理論，有所了解。透過這些大型分

10 公共關係理論的發展與變遷

析架構，研究者得以解釋組織結構、組織內個人之行為，以及組織間之網絡關係。在這些大型理論的協助下，有助於公關研究的中型理論的假設（assumptions）與命題（propositions），才能產生。

根據 Prior-Miller，符號互動論源於行為學派（behaviorism），是社會學家最早用來理解人類互動及其對社會所造成的影響的學派。符號互動論認為社會真實只是人們認為的真實；亦即社會互動的意義，係由互動的人來決定。此派論者認為人們在互動中，使用許多具象徵意義的符號，而這些符號的象徵意義，是可磋商的，非一成不變的。符號互動論者認為社會現象處於一種持續的磋商狀態，個人是分析單位，但如果擴及以組織為單位來研究，亦無不可。

符號互動的觀點可援用來探討符號如何化成策略，如何用符號來建立組織的角色，及與其他組織相較下的區別。根據 Wilson（1983）和 Stryker（1981）的研究，如果組織符號和組織真實愈趨近，則組織符號單獨出現時，就承載了更多期許。組織的託付與承諾（commitment）愈多，其地位顯著性也愈高，而其履行之角色，也愈反應其企業之價值與規範。類此可謂現今品牌研究或社會責任相關研究的先聲。

交換理論的基本立論是，社會結構是個人從事社會交換的結果，在這些交換裡，個人（或組織）會自行平衡其付出和所得，只要覺得回報大於付出，便會自動形成和維持一段關係（Emerson, 1981; Wilson, 1983）。交換理論也源於行為學派，但和個體經濟理論及實證（positivist）典範，亦有關連。而資源依賴論，（resource-dependency，參見第五章第一節「關係理論」）則源於交換理論。

交換理論可以用來解釋個人行動的動機；當所期待的獎勵落空，卻換來懲罰時，衝突就會產生。當需要被滿足時，所期待的獎勵也就愈高，而當一段關係裡的權力不平衡時，改變就會發生。交換理論也可以以個

人、群體或組織做分析單位，來研究組織或個人之動機、決策、互動、權力與傳播。

衝突是社會交換的基礎與成果。衝突理論源於馬克斯的著作，在上世紀的前半，馬克斯的理論因其決定論的論調及爭議，而不為美國學者所喜。但 Katz & Kahn (1978) 卻認為，如果把馬克斯理論裡的教條和時間、地點拿掉，那麼馬克斯的理論真可算是最早有系統的超越社會心理範疇，而以「社會關係」做為社會結構決定性因素的力作。馬克斯的重點在以「生產過程」為分析單位，這也是它和其他三個理論截然不同之處。

根據衝突理論，每個人在組織裡的競爭目標和價值都不一樣，因此衝突成了人類互動裡不可避免的一環；此即社會現象的辨證。在每個真況裡，都有正面和負面，這些互斥的極端會相互抵消，而權力也總有差別，資源也永遠不夠，人們的互動會因相互爭取資源的分配而起衝突。馬克斯認為衝突是改變的前提，不可能避免，且能促近團結與和諧。

衝突有兩種模式——「辨證衝突」與「功能衝突」；前者認為衝突在組織裡是與生俱來的；後者則視衝突為有用之物，可以用來達到目標，減少衝突，保存組織。如勞資關係，就很適合衝突理論。馬克斯的衝突論和批判論，被法蘭克福學派發揚光大，這一派理論很注重歷史分析，以決定歷史的價值與目標，如何有助於衝突。衝突理論與角色階層（role hierarchy）頗有淵源，而角色理論，是公共關係裡最被廣泛討論和引用的理論（詳見第參章第十三節）。

結構—功能論顧名思義，由兩種架構組成，亦源於實證典範，屬於行政學派，是一種靜態的社會觀。結構—功能論認為社會現象係由社會結構與功能交互作用而產生。在一個社會裡，組織與各關係，同屬於一個大系統之下，一如同身體之各部，隸屬於一個整體之下，並伺候於這