

從四個文化機制看華人人際傳播： 「拉近」、「推遠」、「彈性化」與「複雜化」

張惠晶

摘要

本文從「拉近」、「推遠」、「彈性化」、「複雜化」等四個文化機制來闡釋華人傳播行為，認為集體主義的價值觀並非高高在上的指導原則，而係透過文化機制的運作，在人際互動中體現。「拉近」讓彼此更為親密，「推遠」保障個體獨立，「彈性化」提供彼此重新界定關係的機會，「複雜化」則將他人帶入原已紛擾的世界。本分析著眼於傳播行為，強調其多面性、跳脫二分法的局限，提供華人傳播研究一個新的角度，以糾正西方研究的缺失。

關鍵詞：華人傳播、文化機制、集體主義、價值觀

張惠晶，美國伊利諾大學芝加哥分校榮譽學院學務副院長、傳播學系大學部主任及副教授，廈門大學新聞學院講座教授。研究興趣：人際與跨文化傳播——特別是關於華人言語行為、台灣政治語言，以及國家認同如何在話語裏建構並獲得實踐。電郵：huiching@uic.edu

論文投稿日期：2012年11月5日。論文接受日期：2012年11月19日。

Actualizing Chinese Communication through Four Cultural Mechanisms: Closing up, Distancing, Making Flexible, and Complicating

Hui-Ching CHANG

Abstract

Current literature tends to treat collectivism as a given in guiding communicative performances of social actors, rather than to examine how collectivism may be constructed, enacted, and negotiated through participants' exchanges. This paper explores four mechanisms used by Chinese to actualize their cultural orientations through interaction: (1) *closing up* allows in-group members to maximize social resources and reap benefits of the collectivity; (2) *distancing* draws boundaries between people, making certain that what is done for in-group members is properly rewarded; (3) *making flexible* allows members to relieve burdens and tensions of extended relational webs through competing and negotiating relational positioning; and (4) *complicating* permits tighter orchestration of the relational system by engaging mutual acquaintances. These four cultural mechanisms, together with their respective tasks and communicative strategies, show how a collective cultural orientation is constituted by individual performances of situated interaction.

Keywords: Chinese communication, collectivism, cultural value, cultural mechanism, situated interaction

Hui-Ching Chang (Associate Professor). Department of Communication, University of Illinois at Chicago; Chair Professor, College of Journalism, Xiamen University. Research interests: interpersonal and intercultural communication, especially on Chinese language patterns and more recently on Taiwanese national identity as constituted through discursive practices

*Actualizing Chinese Communication through Four Cultural Mechanisms:
Closing up, Distancing, Making Flexible, and Complicating*

Citation of this article: Chang, H.-C. (2013). Actualizing Chinese communication through four cultural mechanisms: Closing up, distancing, making flexible, and complicating. *Communication & Society*, 24, 193–224.

引言

華人傳播學研究近年來方興未艾 (Chen, 2008, 2011a)；大約在1970年代，美國傳播學者開始對華人傳播感到興趣，特別是它與美國人的傳播行為所顯現出來的差異性。許多跨文化傳播學者從文化價值觀 (cultural values) 著手，企圖從東西文化差異性的角度，來說明東亞人的傳播行為如何與西方有別。至於所謂的「東方文化價值」究竟應該如何闡釋？大部分學者從儒家、佛家、與道家的思維著手，認為東方傳統文化強調天人合一，視宇宙為一生生不息、自為運轉的整體；而人既是宇宙的一部分，自然也是以和諧為原則，與他人及宇宙所有的生命與事務融合在一起。東亞人的傳播行為便是深受這樣的宇宙觀影響 (Chen, 2001)，加上以孔子為代表的儒家文化以五倫為中心，強調階級的人際關係差序格局 (費孝通, 1948)，便形成以他人為主、和諧、注重情境的東亞人特有的傳播行為 (Chen, 2011b)。在這個研究架構下，華人傳播通常被歸類為東亞人的傳播行為，與日本人、韓國人等的傳播行為相提並論，甚至等同視之，因為這些「東亞人」同樣受到儒道佛各家、特別是儒家文化的影響 (Yum, 1988)。

筆者認為，從文化差異性來觀察人際傳播行為，雖然提供不少資訊，還是有四個必須仔細考量的問題。第一，究竟文化價值觀與實際傳播行為兩者的關係如何，仍須加以闡明，不能把它當成簡單的一對一關係。例如，天人合一的宇宙觀未必即等同於人際傳播行為的和諧取向；同樣的，人際關係的階級設計也未必就會導致以對方為主的傳播模式。因為文化的「應然」未必是行為的「必然」，更何況實際的行為通常受到許多情境因素的制約。第二，即令文化價值觀與實際的傳播行為有相當的關連，許多學者對所謂的「東亞文化」價值觀的解析通常採取簡單的二分法，著重東西差異比較，認為西方是的東方就不是，東方是的西方就不是，因此所注重的面向十分偏頗，未能呈現一個比較周全、深入的分析 (Collier, Hedge, Lee, Nakayama, & Yep, 2002; Dissanayake, 1989; Miike, 2006; Sinha & Tripathi, 1994; 張惠晶, 2004)。第三，大部分的文獻將文化價值觀當成因，傳播行為當成果，汲汲於推論東亞人應是如何進行傳播，卻未能直接著眼於傳播行為的

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

分析，觀察它如何在日常生活中被實現。第四，即令學者對東亞文化價值觀的解析有其深度與廣度，但將所謂的東亞文化混為一談（如 Miike, 2006），視華人、日本人、韓國人，甚至印度人、馬來西亞人等的文化為同質，免不了忽略了每一個文化自身特有的、在特定時空下所產生的歷史文化背景。

因此，本文希望能夠糾正這四個缺點，並提供一個比較動態、周全的分析，從「拉近」(closing up)、「推遠」(distancing)、「彈性化」(making flexible)與「複雜化」(complexifying)等四個文化機制 (cultural mechanism) 來闡釋華人傳播行為。筆者仍然強調文化價值觀的重要性，但不認為它的影響力是單純由上而下、簡單的一對一的對應關係，而是經由文化機制的運作，落實到具體的傳播行為。文化價值觀與傳播行為互為因果，二者之間有著複雜交錯的關係；而透過「拉近」、「推遠」、「彈性化」、「複雜化」這四個文化機制，我們可以觀察華人價值觀如何影響並在具體的行為裏獲得實現。換言之，價值觀不僅僅是一組上位的指導概念，而是經由文化機制的運作，在人與人的互動中體現。這樣的分析讓我們著眼於傳播行為，而不是以推論的方式來想像華人傳播行為的「應然」。

筆者也嘗試跳脫二分法的局限，強調傳播行為的多面性。這些文化機制有時方向一致，但也可能互相衝突，說明文化本身錯綜複雜的面貌。最後，本文分析僅限於華人傳播行為，並不適用於其他東亞文化。以下先說明華人傳播學研究大概，指明它的缺失，再詳細分析四個文化機制。

當前華人傳播學研究大概

不論是在跨文化心理學、跨文化修辭學、跨文化傳播學的領域，學者在解讀東西文化傳播行動差異時，最常引用的是「集體主義」與「個人主義」(Hofstede, 2001; Triandis, 1995)，以及「高情境」與「低情境」(Hall, 1976) 的對照。雖然東西文化二分法的架構在近年來受到許多不同領域學者的批評（見 Bond, 2002; Brewer & Chen, 2007; Cahill, 2003; Earley & Gibson, 1998; Oyserman, Coon, & Kimmelmeier, 2002; Wang,

2010)，它的地位仍然非常堅固。根據這個架構，以集體主義為主的東亞文化是以和諧為最高指導原則的，將社會置於個人之上；而以個人主義為中心的西方文化，則是以個體為主，將自己置於社會之上。植根於「集體主義」的含蓄委婉，重視情境氛圍的東亞傳播因此是屬於高情境的模式，跟植根於西方(美國)盛行的「個人主義」、強調以自我為中心、自主直接且不重視情境影響的低情境溝通模式(見 Parks, 1982)，正好呈現強烈對比(張惠晶，2004、2008; Chang, 2010)。

許多跨文化傳播學者以集體主義來解釋華人的傳播行動，認為以孔子為代表的儒家傳統文化強調「老幼有序」的五倫禮教，奠定了因人而異的特殊主義(particularism)的文化價值體系。華人人際世界關係結構層層交疊，並形成一個以個人為中心的綿密網絡。在這樣有著親疏遠近差序格局(費孝通，1948)的文化氛圍裏，傳播人將人際關係劃分階層差別、親疏遠近，區別「自己人」(in-group)與「外人」(out-group)，對外人冷漠，對自己人卻是呵護有加。感情、人情、關係、面子等應運而生，人與人之間也有了相當複雜的對待關係(Chang & Holt, 1991b; Hwang, 2000; Luo, 1997; 黃光國，1988; 曾仕強，1992)。華人傳播行為裏最常為學者所研究的，便是彼此之間的緊密相關、特別是自己人如何建立互相支援的聯絡網；人我之間的權利義務可以根據彼此的關係來調整，關係好的感情深厚，權利與義務也跟著多起來，關係不好的自然就少了許多，仰賴的是人治而不是法治的精神。當然，個人在享受感念熟人的關照時，同時也負擔回報的義務(Chang & Holt, 1994; Chow & Ng, 2004; Jacobs, 1979; Graham & Lam, 2003)。人際網絡可說是華人獲取社會資源的重要場域(Chua, Morris, & Ingram, 2009; Luo, 1997; Ma, 2011)，同時也提供情感的支援。

許多相關文獻便根據五倫規範來說明華人人際關係，再從這些規範推論出他們的溝通行動必然是受到彼此關係的束縛，遵循彼此的等級分際，避免衝突並重視情境的解讀，為集體的和諧不願也不能直接說出心裏的話(Yum, 1998)。社會的正當性似乎遠超過個人的自主性，發自個人內心的溝通也因此窒礙難行。如Gao, Ting-Toomey及Gudykunst(1996: 283)所言：「在華人文化裏，傳播並不是用來確認自我意識，也不是用來滿足個體的需求或達成個體的目標……在華人

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

文化裏，傳播的主要功能在於維護既有的人際關係，強化角色與地位的差異性，並維持群體的和諧。」華人人際傳播，從這樣的角度看來，毋寧是壓抑與缺乏自主性的，注重外在的規範而忽略個人的心意（張惠晶，2004；Chang, 2010；Ma, 1996）。

此一見解雖然翔實，卻未能深入探討華人豐富的文化與歷史背景，無法呈現華人人際互動複雜的全貌，甚至衍生出許多負面的刻板印象。King (1985) 認為這架構反映了「結構性的論述」，因為它只從人際關係結構來解釋東西傳播行為的差異，完全忽略了人際關係的實質內涵。即便「集體主義」是華人文化的中心，我們也必須瞭解究竟「集體」的內涵為何（Brewer & Chen, 2007），以及華人如何在這樣的氛圍下進行互動，維持個人與群體的平衡，絕非只是把他們的行為當成限制與壓抑的結果，忽略他們的主體性、主動性與情感性（Chang, 2010）。雖然也有學者強調華人關係的動態性（如Hammond & Glenn, 2004），但說明華人如何以具體的語言溝通行動來形塑彼此關係的相關研究仍是屈指可數（Luo, 1997）。

本文認為傳播行為與緊密的人際價值觀互為因果，而不是單一方向的影響力。差序關係固然提供傳播行為準則，但這樣的文化價值觀也必須在彼此拉關係、攀關係、說人情、講面子等的言語互動裏獲得實踐。換言之，緊密人際關係的價值觀並不應被當成是先驗的預設值，而應該考量它如何落實在具體的傳播行動裏。集體的文化價值觀必須靠個體的互動來完成，而個體的互動也因為受到情境因素的制約，必須一再重新檢視這些價值觀的認可程度。

不論個體是否受到壓抑，文化生活的特質都是在個體的你來我往之間才獲得實踐。這個你來我往的華人傳播，可以從「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」等四個文化機制的運作來探討；每一個機制都有它的發展背景，以及特殊的行動任務與溝通策略，來維持層疊分明的人際關係。透過這些機制的分析，筆者希望能直接著眼於華人傳播行為，觀察差序格局（費孝通，1948）的人際價值觀如何在日常生活中被實現，並提供一個比較周全深入的分析。

從四個文化機制來省思華人傳播

我們可以想像平順的人際傳播就如同一對舞伴，在優美的樂聲中踩踏著不同卻一致的腳步，表現自己也呈現整體的美感。如果步伐、速度、韻律不能配合，兩人的舞姿必然笨拙，人際交流也將是困難重重。步伐韻律能夠配合，仰賴的便是文化資源——兩人對於應該如何移動彼此的腳步，如何詮釋音樂，如何引領對方的動作、心情，都是以文化機制為範本——而在每一個舞步的一舉手一投足的協調之間，也一再地落實文化的內涵。

在華人社會，傳播人可以利用「拉近」的機制來縮短彼此的距離，讓自己與對方更為親近，甚至變成自己人，以獲取更多的社會資源；「推遠」則借由強調一己所付出的應該得到同等回報，或仰賴中間人的介入，來拉開彼此的距離，保障一己的權利不會受到其他成員的壓榨；「彈性化」的機制提供傳播人調整、操縱彼此關係(不論是遠近、位階，或其他面向)，並改變遊戲規則的機會，來減輕人際關係帶來的負擔，或讓自己佔得上風；最後，「複雜化」則是允許傳播人將其他相關人等帶進兩人的互動世界，使得原本就已經千絲萬縷的人際世界衍生更加複雜的關係。經由這四個文化機制，華人一方面享受自己人溫馨的關懷與保護，另一方面也付出合理的代價；一方面推開不必要的牽扯，另一方面卻又將人際世界弄得更複雜。這些看似衝突的文化機制，其實正是集體主義內涵得以落實的功臣。

拉近：參與集體的文化機制

如果自己人是如此重要，如果華人的確寧可跟自己人而不喜歡跟外人互動，如何利用巧妙的話語來建立關係，從生人變成熟人，或者拉攏關係，讓彼此熟上加熟，自然是很重要的任務。究竟他們如何維護與操作緊密的人際關係，讓自己變成他人的自己人，或者將他人帶入自己的圈圈，讓彼此由生變熟或者熟者更熟，可以從「拉近」這個角度來分析幾個表現模式。

第一，最基本的例子，是在陌生人之間尋找雙方的共同點作為發

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

展基礎，讓外人不會顯得這麼「外」。當然，拉近陌生人間的關係沒有文化的專屬性，但華人的文化特色在於它的機動性與特殊性。例如，當發現彼此來自同一個地方、畢業於同一所學校，或者有某種程度的親戚關係，兩人似乎可以在一瞬之間變成熟人，或至少感覺很「親切」。「哎呀，怎麼那麼巧？」，或者「我們真是有緣呀！」(Chang, 1991a, 2002) 這樣的言語表達，都是拉近彼此關係的不二法門。

許多學者發現，對華人而言，地緣與血緣可說是凝聚彼此關係的快速接著劑；這與美國人際傳播學相關理論如社會深入理論 (social penetration theory) 與情誼發展階段論 (developmental stages theory)，強調彼此必須慢慢分享並深入瞭解對方內心才能逐漸發展彼情誼 (Parks, 1982)，有著顯著的差別。在這樣的文化氛圍裏，從「拉近」的角度觀察，溝通的重點並不只在於分享彼此的內心世界，而是尋找進門階梯，將陌生人轉為熟人。一旦找到了這些共通點，彼此似乎可以馬上晉級到「熟人」；就算算不上自己人，也不再是完全的「生人」。

至於不是很熟的人，華人也常用親屬稱謂將沒有血緣關係的人轉化成「準親戚」關係，使得彼此變得更親近 (Blum, 1997)。例如用「叔叔」、「阿姨」、「伯伯」等稱謂來稱呼年長的鄰居、親人的朋友；在公司裏，用「陳大哥」、「張大姐」、「林阿姨」等來稱呼自己的同事；或者用「學姐」、「學弟」、「學妹」、「學長」來稱呼與自己上同一所學校的人，都是很好的例子。甚至在一般買賣的場合裏，售貨員也會隨俗的稱呼老一輩的顧客為「阿姨」、「伯伯」，小一輩的為「弟弟」、「妹妹」，來拉近彼此的距離 (現在更將原本該是「阿姨」的改為「大姐」來討好顧客)。

華人對血緣的重視可說是其文化的一大特質，在綿密細緻的親屬稱謂系統裏可以觀察到他們如何根據長幼、父方、母方、血親、姻親等標準，做了詳細的區別。在每一個「叫」某人某個稱謂的言語行動裏 (Blum, 1997)，彼此的距離拉近，新的關係也跟著形成。當我泥中有你，你泥中也有我的時候，溝通也跟著暢順了起來。有了「熟」的基礎之後，彼此的關係便得晉級，「人情」也隨之而來，拒絕對方的要求就跟著變得困難，因為自己會覺得過意不去或不好意思，也不想傷了彼此的感情。

關於華人使用親屬稱謂，一般研究都將重點放在它所表現的對長輩的尊崇；但同樣重要的是，這樣的稱謂也讓關係變得更緊密，因為假設彼此有著血緣關係，不再是沒有關係的生人。一般跨文化傳播研究認為華人的際階級比美國人來的分明，因此距離也應該較美國人為疏遠，這個看法有很大的問題，因為階級與親疏並沒有絕對的關聯。特別是當華人以親屬稱謂來稱呼彼此時，就算位階因而更為分明，關係還是拉近，彼此也更能互相幫忙。

第二，有了這樣的文化設計，有心人自然可以拉關係、攀關係、搞關係，讓關係從無到有，因為它是可以隨時操作，隨時變動的。既然是「攀」或「拉」，就必須有所本，也就是必須根據原有的或可能利用的關係來加以推展，使它更為茂盛緊密。之前提到的找尋彼此的共同點，便是「拉」關係的起點，就算沒有共同點，也可以看看有沒有彼此都認識的熟人，從這裏來加強關係。這些都需要靈活的溝通技巧，將實際的目的融合在感情的交流中，恰當地拿捏彼此的分際，成功地處理面子與人情。

這裏也牽涉另一個特別有趣的文化現象：華人的際關係並非局限於特定的兩人之間，而是如同累積起來的財富一般可以移轉(Hammond & Glenn, 2004; Luo, 1997)。因此，一份良好的關係通常會帶動其他關係跟著好起來。舉例來說，如果甲跟乙關係良好，甲跟丙的關係也不錯，那麼甲就可以將他跟乙的關係轉移給丙——乙可以「攀」甲的關係來跟丙建立交情或要求協助，丙也可以用同樣的方式來要求乙的幫忙(關於中間人的角色與功能，之後會有更詳細的說明)。無論如何，乙丙雙方都會尊重甲的面子，甲乙丙三人因此就成了自己人；在這個關係網絡裏，三個人的面子與人情都是互相影響、互相牽扯的指導原則。就算乙沒有特別說明他與甲的關係，一句「都是自己人」或許便能給丙某種程度的壓力；也可能乙並打算利用這樣的關係，卻發現丙的一句「自己人何必那麼客氣」讓自己得到比原先預期更好的待遇。所謂的「攀」跟「拉」不僅僅只是在一念之間，而是在一句話之間。

當彼此成功拉近關係，拉近的並不只是這兩個人的世界，還包含環繞周圍的其他人際關係脈絡。因此，一旦我成為某個對象的自己

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

人，這個對象的其他自己人，也可以算是我的自己人，一下子便拉攏了一整串的人。我可以利用別人的其他交情，正如同別人也可以使用我的其他交情來拉近關係，彼此互蒙其利。這些交情的轉換與延伸，可說是所謂集體主義綿密人際關係的精髓；而「拉近」的文化機制，便是賦予並實踐「集體」生命力的一項非常重要的作為。

更重要的是，不論是從無到有或是維護已經建立起來的關係，都需要靈活的言語技巧，將「面子」與「人情」的要素成功地融入想要傳遞給對方的訊息。例如要求某人幫忙，往往可以在請求之後加一句「就看在我的面子上吧」，或者「就看在我們相交多年的情分上吧」。意思是說，或許原來不應該答應的，但是為了彼此的交情可以網開一面，讓彼此親近些，事情也好辦些，因為「人情」是彼此往來互惠時一項非常重要的社會資源 (Luo, 1997)。這些推波助瀾的語句能有說服效果，便是因為華人的關係極其重要 (Ma, 2011; Ma & Chuang, 2001)；因為每一個關係都有感情為後盾，就算原來打算拒絕對方的請求，也可能為了顧慮彼此的情分，覺得「不好意思」而只好答應。這便是所謂的「動之以情，說之以理」，因為光說理是不夠的，還得強調彼此的情分，拉近自己人的距離。當然，答應了之後，彼此的關係也就更為緊密了。

類似的情況，在商場上也經常可以觀察到。例如，晚宴時總免不了要互相乾杯；若要拒絕，對方總會來上這麼一句：「你一定要喝一杯，給我個面子」。在盛情難卻的情況下，幾杯下肚就代表「我們是一夥的」；如果堅持不喝，便是拒絕了對方的好意與情誼，會得罪人的。藉由你來我往的敬酒儀式所拉攏的關係，與其他沒有舉杯共酌的人，交情自然不一樣。就算原本是陌生人，交杯之後就不再陌生；而原本就認識的，更是親上加親，熟上更熟。這也為什麼卡拉OK在華人的社會裏這麼流行，正如「我們一起喝過」，它提供「我們一起唱過」，是一個非常有效的場域，讓人「拉近」彼此的關係 (Holt & Chang, 2009; Oon, 2007)。

在這個親切和諧的氛圍下，華人比較婉轉的溝通方式：不想把氣氛搞糟、以他人為主、讓對方有台階下等溝通行動，也都可說是「拉近」這個文化機制的表徵。某些衝突的場合總會有人自動出來調停，也

很可能加上這麼一句「哎呀，都是自己人，沒什麼好爭的，就不要那麼計較了」。有了自己人的情分，還有什麼不能商量的呢？不論是實質的或者是表面的，在這樣祥和的情境裏，要跳脫既定的關係並不容易，因為彼此通常只能更親密，不能更疏遠。這些關係兼具感情性與工具性；感情讓彼此不分你我，而拉近之後彼此的權利義務與對待關係也都跟著改變，做人做事合而為一，進而達成一己的目的 (Graham & Lam, 2003)。

這種利用關係、人情與面子來獲取重要社會資源的方式，黃光國 (1988) 稱之為華人的權力遊戲 (power game)。他們在評估要不要說話、話該如何說時，通常有著非常實際的考量。既然每一個關係都代表了某種社會資源，當個人的關係越多時，個人的資源也就越豐富，能成就的事自然也越多。當然，人與人之間並不只是操縱與利用；事實上，關係能夠為人所使用，距離能夠拉近，便是因為它是以感情為後盾 (Chang, 2010)。

如果五倫的規範真的深入人心，得以有效地規劃華人的際關係，它的重要性並不僅僅在於它是行為的教條，而在於它提供傳播人拉近彼此距離的文化機制。跨文化傳播學者經常認為華人採取「以他人為主」(other-orientedness) 的傳播模式，因為在以群體為主的價值體系下，為了關懷對方的福祉，自己不能暢所欲言。筆者認為，從「拉近」的角度看來，毋寧是傳播人難以拒絕親密關係的建立，而非只是受制於上下有別的位階枷鎖。而所謂的「和諧」，可說是拉近彼此距離不可或缺的要素，未必是為了配合他人才維持融洽氣氛 (Chang, 2001)。

對許多華人而言，每一個關係都兼具情感性與工具性，二者相輔相成，讓他們的人際世界經常有著熙來攘往的人群，同時享受又負擔緊扣的人際關係。不論是有著共通點的親切感、緣分的牽繫、利用親屬的稱謂來讓拉攏彼此，或者透過「攀」或「搞」關係來達成一己的目的，透過「拉近」機制的行動任務與溝通策略，可以讓我們更清楚地觀察到所謂的集體文化究竟如何實現。究竟在溝通時應如何「拉近」？如何要面子講人情？又應當用直接或間接的方式來表達才是恰當？都是非常值得深入分析的課題。

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

推遠：保護個人空間的機制

除了拉近彼此的關係之外，看似出人意料的是，華人也同時將他人推開，以保持彼此的距離。集體主義價值觀雖然強調個體對集體的義務，要求個人為他人設想並以集體的行動為準則，它的成員卻未必因此而犧牲了自我的主體性。這便是本節要說明的「推遠」的文化機制，可以從三個面向來觀察它如何提供華人強調自我重要性以及維持人我之間恰當距離的機會。第一是「人情債」這個俗民概念 (folk concept) 的設計，要求雙方必須平衡彼此的人情債務，誰都不能佔誰的便宜。第二是語言遊戲的設計，在看似和諧的言語互動下暗潮洶湧，拉開彼此的距離。第三則是中間人的設計，讓彼此都熟悉的中間人為傳達訊息，防止關係不夠深入的雙方進行直接的互動。

前面提到，所謂的「自己人」，就是可以信賴、可以尋求協助的對象。感情與現實未必互相排斥，反而是一體的兩面，有其一必有其二，感情是可以而且應當被利用的 (Chang, 2010; Chua et al., 2009)。正如 Jacobs (1979) 的被訪問人所說，如果感情不能被使用，就不叫感情。人際脈絡並不只是情感或權利義務的差別待遇，而是有著直接的利害關係。而這個利害關係，也並不只是出現在所謂工具性的關係上 (黃光國, 1988)，因為就算是親近的人也可能有利害關係，因為他們才是最能提供幫助的人。當感情與現實融為一體，人與人之間的算計與冷漠便隱含在親切的招呼裏，無可避免。再加上「報」的觀念 (Chang & Holt, 1994) ——不論是報恩還是報仇，個人都必須償還從他方獲得的好處或壞處，人與人之間便不得不保持一定的平衡。彼此的情分自然因這樣的平衡冷卻，距離也會跟著拉開。

從別人那裏得到的幫助是一種「人情」，必得感恩而不能視為理所當然。華人用「債務」的觀念來形容這樣的人情，也就是所謂的「人情債」。一方面要求受惠者（「債務人」）牢記「受施勿忘」，除了心裏的感激之外，也必須表達謝意，以同等的付出來償還所欠的債；另一方面，施惠於人的人（「債權人」）則要有「施人勿念」的胸襟，不能且應該拒絕對方的回報。表面上看來，這個文化設計似乎是不協調的；雖然債務人得還債，債權人卻不應該要債。

根據這個俗民概念，天下很難有白吃的午餐，因為老天不會讓付出的人空手而回，就算看不到回報，也只是「不是不報，時候未到」。把「人情」跟「債」放在一起，就是明白宣示任何付出都應該得到等值的回報。就算付出的人不求回饋，受惠的人也會克盡己責的償還他所可能積欠的人情債務；如果受惠的人不回報，個人的聲望或面子便會遭受傷害 (Luo, 1997)。既然你來我往不能只是單方面的付出，即使是溫馨的自己人的付出，他還是可以計算可能獲得的回饋。因此，雖然有「施人勿念」的道德高標準，卻還是有許多念茲在茲期盼回報的人。當然，全然的善意與恩賜，和無條件的愛 (unconditional love) 不是沒有，但這些付出的人還是可以成為「債權人」，有權利主動要求或被動地期待應得的回報，尤其是這個回報通常必須超過原來得到的恩惠 (Chow & Ng, 2004)。

「人情債」與「報答」的俗民觀念引導了特殊的傳播行動，如何商討甚或避免這樣的債務是個一再進行、非常活潑的語言遊戲。當「人情」把彼此的距離拉近，「債」就同時將彼此推開。我們可以從幾個傳播行為來觀察這個「推遠」的文化機制如何落實。

第一，如果天下沒有白吃的午餐，無功不該受祿，人總要盡量避免受恩/欠債於人；倘若沒有接受別人的恩惠，就不會欠債，也就可以避免將來可能必須付出的代價。因此，本來有加深彼此的互動的機會，卻可能因為擔憂將來無法負擔人情債務，就先拒絕了對方的好意。特別是比較繁重的人情債務，只能積欠自己較親的家人 (Chow & Ng, 2004)，造成親的更親、遠的更遠。

「真的不必麻煩」這樣客套話，除了表達對對方的敬意之外，同時也明明白白的將對方推了開來。雖然學者一般都認為亞洲人（特別是日本人）在面對別人、特別是自己人的請求時，很難拒絕對方，事實上有另一種場合他們是很可能說「不」的，就是在對方願意給他們好處或提供協助的時候。付出的人或許根本不打算要求回報，但對方卻可能考慮接受幫助會欠下一筆人情債，而拒絕了對方的好意。尤其是人情債沒有放諸四海皆準的標準，更容易讓人擔憂可能引發的債務。簡單的說，原本可能是更多的往來，卻因為人情債務的考量讓人裹足不前，阻隔了彼此情誼發展的契機。

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

其次，就算接受了對方的好意，受惠者必須在心理上與行動上都表達感激之情，也因此拉開彼此的距離。「人情債」強調受惠的人虧欠對方，必須感念對方的恩德，但究竟應該如何表達感恩之情？一般以送禮為主，在口頭上也會叨唸著對方的恩惠。如果這個人情不能馬上償還，也會先告知對方「有機會再好好謝謝你」，免得對方覺得自己不懂禮數。表達這樣的感謝，不論只是口頭或實際的送禮，都讓兩人的情誼產生質變：一方面，感激的心情會將兩人連結的更為緊密，特別是打從心底的感激。但從另一個角度看，一定要具體的表達謝意也可說是相當「見外」的表現，因為真正的自己人，可以將對方伸出的援手視為理所當然，將感激放在心裏，無需言謝的動作。難怪收禮的時候，「債權人」總要加上這麼一句「你實在太見外了」。有趣的是，當他說出「見外」兩字的時候，兩人的關係還真的是「外」而不是「內」。

感激之情將彼此拉近，人情債務的償還與計算卻又將彼此推遠。這一來一往之間，彼此在自己人與外人之間擺盪，可以從送禮的行動慣例（routine）拉鋸戰來觀察：當甲帶禮物給乙以感謝乙的幫忙時，乙總要拒絕推託好幾次，最後才好像心不甘情不願的將禮物收了下來。每一次呈現禮物，甲強調的是心存感激，「受施勿忘」的原則（拉近），而將禮物送給對方，則減輕甲所積欠的人情債，甚至可能從此以後彼此的人情一筆勾銷（推遠）。就算是自己人之間的互相幫忙，當事人還是要趕快還清人情債，才能夠海闊天空。而乙的每一次拒絕，則闡明了「施人勿念」的高尚情操（拉近）。但雖然來回推拖了好幾次，最後還是收下禮物，讓彼此的債務得到某種程度的清算（推遠）。當乙收了禮之後，原本的互助關係也跟著轉換成某種交易；特別是如果甲認為從此兩不相欠，彼此的情分變得淡薄，距離也就拉開了。

第三，因為人情債務沒有具體的衡量準則，當雙方認知有別，這樣的互助便可能引發怨尤。有的時候是怨（對方沒有感恩的心/還那麼多了還不滿足），有的時候是悔（早知道就不幫忙了/早知道就不要接受他的幫忙）。經由語言遊戲來商討人情債務的多寡，便成為一項華人特殊的表達藝術，我們在下一節討論「彈性化」的機制時會詳細說明。這裏要說明的是，商討人情債務的多寡可說是劃分彼此界限的動作，讓自我與他人都有屬於自己的空間，也預設了兩人之間不應跨越的疆

界。特別是當兩人未能達成協議時，表面上看似不分你我，骨子裏卻有許多計較，清清楚楚地拉開彼此的距離(Chang, 2001)。

就是在這樣欠多欠少的考量與協商之中，兩人從自己人轉換為外人。例如，甲為了表示他對乙的感恩，買了個禮物並對乙說：「不成敬意，我知道你喜歡這個，走了幾個店才找到」；乙則回答「你怎麼那麼客氣？真的不必如此，送不送我都是一樣的」。在這個言語交鋒之中，可以觀察到，甲表達了謝意，也同時說明了自己的用心，因此他所償還的債務不可小覷。乙也表示了自己並不圖甲的報答；當他強調甲送不送禮都是一樣時，可說是削弱了甲的用心。這個簡單的對應，在日常生活中經常上演；雖然看似以情感為主的交談，還是免不了利害關係的糾葛，巧妙的讓彼此遊走在自己人與外人的分界點。正因為人我的距離太近，才必須透過這樣一套精緻的「人情」語言來將對方推開，並保持兩人的平衡，使得自我不會成為集體主義下無限付出的犧牲者。當它的成員抱怨必須償還人情債務時，便可想見這個「集體」不只是要求它的成員付出，也同時保障付出成員應得的回報。

不論是否是「人情」的語言，在和諧的表面下，有時華人的溝通是暗潮洶湧的(Chang, 2001)；口是心非、言行不一(Ma, 1996)，甚或挖苦嘲弄對方，都是經常可以觀察到的即興演出。尤其是以不直接的方式來表達，更讓人難以招架。這些複雜卻又靈活的語言遊戲，都可以在看似親切祥和的你來我往之間，拉開彼此的距離。例如所謂的場面話，不論多麼好聽，也只是場面話，與彼此的情分無關；甚至因為透過這樣的話，更顯得形式多於內涵，清楚地點明彼此的關係其實不是那麼親密。在這種情況下，語言並不是黏接劑，反而是驅除劑。

最後，自己人與外人的分別，也助長了中間人調停互動雙方的溝通模式(詳見第四節)。雖然中間人的介入可能讓事情有轉圜的餘地，但必須借由別人來說項才能成就某事，反而將彼此的距離拉開，因為它不但阻礙了雙方直接進行互動的機會，更清楚的說明了彼此的關係僅僅只是外人，不是自己人。倘若沒有中間人這樣特殊的溝通模式，彼此便不得不直接進行接觸，距離反而可以拉近。

總之，所謂的集體主義其實是極其複雜的。華人的溝通行動並不如西方文獻所描述，單純的我為人人、人人為我，以他人為重心，為

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

集體目標奉獻自己。在華人的世界裏，人與人之間的距離不論多近，倫理規範多麼清楚，彼此的利害關係及必須感恩的文化氛圍、伶俐活潑的語言遊戲，以及中間人代為傳達的溝通模式，都可能拉開彼此的距離。當彼此的關係越緊密時，將對方推遠的反作用力也越大。「拉近」與「推遠」這兩個文化機制可說是相輔相成，在拉鋸中維持著動態的平衡，並在辯證（dialectic）的關係中賦予彼此意義。

彈性化：協調彼此界限的機制

華人的 interpersonal 關係階級看似涇渭分明，不得逾越，其實人與人之間的分際經常受到挑戰，非常有彈性，可以依情勢而調整。溝通人可以透過機靈的語言使自己掌握優勢，成功地運用社會資源來獲得主動權，控制對方；也可以一語雙關，用客套話來貶損對方，或以凌厲的語言攻勢來顛覆原有的人際位階，讓下位者成為上位的人。正因為華人的 interpersonal 關係非常緊密，傳播人才更需要應用熟練的語言，來顛覆彼此的關係；你來我往的唇槍舌戰、競爭、挖苦等，也自然顯得特別激烈（Chang, 2001; Chang, 2010）。這個機制可以從下面幾個面向來觀察。

首先，華人文化傳統強調待人處世、內圓外方的做人哲學（曾仕強，1992），並進而發展出種種妙語如珠，甚或伶牙利嘴的言語遊戲。許多西方文獻認為華人在集體主義的約制下，不敢也不能說話，其實只看到了其中的一面。事實上，話不是不能說，而是看要怎麼說、在什麼情況下說。這個注重言辭遊戲的文化，可以從春秋戰國時期百家爭鳴的修辭傳統找到許多例證，如《晏子春秋》記載關於齊國派晏子出使楚國的故事。楚王看晏子矮小，就故意羞辱他，問他為什麼齊國無人可派，得要派他出使？晏子回答：「齊命使各有所主，其賢者使使賢主，不肖者使使不肖主，嬰最不肖，故直使楚矣」。晏子的回答，順著楚王的話強調自己最為「不肖」，但也因此而派遣楚國，因為使者的賢能與否，與他們出使國家君主的賢能與否是一致的，由此可知楚王也是最不肖的。晏子利用貶低自己來貶低楚王；然而晏子不過是一個使臣，而楚王則是君主，所以當兩人依同樣標準貶低時，楚王受到的屈辱當然是比較大的，更何況晏子的自我貶低，在儒家傳統裏，可算是

謙虛的表現，是應該加分的。楚王羞辱不成，反倒自取其辱；他的王者之尊，在這個時候，可說是蕩然無存，甚至他的位階恐怕還比晏子低下。

李宗吾在《厚黑學》(1994:10)一書裏也有一段關於彈性語言很好的描述：「學者須知，恐字與捧字，是互相為用的，善恐者捧之中有恐，旁觀的人，看他上峰面前說的話，句句是阿諛逢迎，其實是暗擊要害，上峰聽了，汗流浹背。善捧者恐之中有捧，旁觀的人，看他傲骨稜稜，句句話責備上峰，其實受之者滿心歡喜，骨節皆酥。」看似捧，其實是恐；看似恐，其實又是捧；外在的形式與實質內涵的差異所呈現的不只是語言的功夫，更是人際分寸的拿捏。特別有趣的是，這裏牽涉的並不只是直接對應的雙方，說話的人必須在眾目睽睽之下隱藏並經營彼此的關係。而在上位者也知道，這個訊息雖然呈現在眾人面前，卻只對他一人有效，就更是膽顫心驚了。這般複雜的情境，在恰當的言語掌控之下，也能有效的改變兩人的界限，並繼續與其他周遭的人維持原有的關係。

不只是策士在遊說君主的時候必須特別小心，以免招來殺身之禍，或是當官的該學些說話技巧，就是一般人的日常生活，也要懂得如何說話，才能在複雜的人際關係網絡裏行事得宜。Ma & Chuang (2001: 273) 舉了一個有趣的「暗示」的例子：有個學生想要向一位從來不借書給別人的老師借書。他先聊到自己喜歡讀書，接著提到跟這本書有關的一些背景，再自然而然的談到這本書。此時，他一方面給予這書非常正面的評價，另一方面又故意將書中的一些理念說錯。老師忍不住要糾正他，並且主動把書借給了他！這個學生顯然很了解這位老師的脾氣，更清楚「老師」這個角色所代表的意義——指導並糾正學生的錯誤——所以能夠非常技巧地將自己的目的隱藏起來，最後根本不必請求老師的幫忙，就達到目的了。原來是老師尊學生卑的對待關係，經由這樣的互動後，看來至少已經轉換成平等的關係了。

緊密的人際關係不但沒有讓人失去說話的能力，反而提供了更大的挑戰，因為溝通人必須同時考量彼此的關係、兩人各自的關係網絡、其他相關人等的感情與面子、維護將來可以利用的人際資源、當下的情境因素，以及將來可能引發的後續效果等，來拿捏最恰當的言

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

詞，既不得罪他人，又能創造有利自己的環境。這便是為什麼華人有這麼許多「指桑罵槐」、「投其所好」、「聲東擊西」等比較不直接的語言遊戲 (Chang, 2010; Ma & Chuang, 2001)。

面面俱到的彈性語言可以照顧到自己及其他相關的人，調整改變彼此的位階。當然，也有比較惡意的語言遊戲隱藏在和諧的表象之下。這些語言表面上一團和氣，骨子裏卻可能是彼此挖苦、相互競爭 (Chang, 2001; Ma, 1996)；傳播人藉著操弄這些手段來強調自己的重要性，也讓壓力獲得某種程度的舒解。雖然謙虛是華人非常強調的美德，吹捧自己或貶抑他人的功夫也不惶多讓，只不過通常是隱藏在溫文爾雅的表面下 (Chang, 2001; Wu, 2011)。言語伶俐的人，可以在幾句話之間改變原來的情誼規則，顛覆原有的關係。

例如有位婦人，考上了駕駛執照。別人稱讚她，她卻回答，「我就是特別倒楣，偏偏碰到最挑剔的考官」。這句自我貶抑的話，看似遵循謙虛的美德，其實卻是不著痕跡的稱讚自己。她不僅通過考試，而且她的考官還是最刁難的，顯見她的能力有多好！這樣推理下來，其他通過駕照的人，根本就比不上她了。明明彼此應該是平等的朋友，別人還好意稱讚她，她卻還要再加碼提高自己的身價，讓原本平等的關係變得上下有別。

又如，「我的兒子工作實在太辛苦，錢賺那麼多有什麼用？我早叫他不要做了」。這句話同樣包含自我貶抑與自我吹捧。表面上兒子似乎是在受苦，但同時隱藏其中的是兒子賺的錢很多。這樣像是在訴苦，卻又不著痕跡的稱讚自己（或自己的家人），別人當然就得曲居下風了。不過是平常的互動，卻因為這樣的話語，頓時讓自己高人一等，彼此原有的人際階級也就跟著做了個彈性調整。當然，究竟彼此的位階會如何改變，還得看對方怎麼回答。如果對方回答的是「你真好命，兒子賺那麼多錢」，自己的地位就可以拉高；如果對方不買帳，回以「你兒子還真不值得」這樣一句話，恐怕自己的地位反而要被拉下來了。

第三個例子是個有著好工作的人，對著他的妯娌說：「看到這些工友為了他們的工作這樣辛苦，真要好好感謝父母的栽培」。明著是同情工友與表達孝親之情，暗的卻是說明自己有一份好工作，也吹捧了自己的父母。有趣的是，她的妯娌也不甘示弱，不願屈居下位，使用了

一個自己朋友碰到的例子來說明她工作的公司並不怎麼樣。結果是，弟弟只好出來協調，說了一句「每一個公司都有不好的人」，才算停止了紛爭。這句話同時支持他的太太與姐姐——對太太而言，公司裏有一兩個不好的人並不會改變她有一個好工作的事實；而對姐姐而言，她引述的關於該公司不好的經驗也是不容置疑的。這兩個妯娌相互爭奪上位，雖然是一時的口頭之快，彼此的關係卻已然經過了多次的調整。而弟弟的調停，才讓這兩人的關係回到一個平等的狀態。

這樣的例子在華人的日常生活中俯拾皆是。學者認為華人的互動經常是自我壓抑的，實在是忽視了他們生動活潑的語言遊戲。正因為人際關係緊密、階級分明，才使得訊息的傳達不得不更有創造力，彼此的競爭——不論是口語的或是實質的——變得更為重要。

此外如前面所提，在溫馨的互助下，華人也必須考量與算計彼此的得失與虧欠，利用你來我往的言辭交鋒來商討彼此的人情債務。如何向對方「要人情」或「討人情」、如何主張自己的人情債已經償還完畢、如何協商人情債務的多寡，都需要伶俐的語言。「人情債」巧妙地結合了「人情」這個比較感情性與精神性的概念，跟「債」這樣可以衡量轉換成具體的金錢、勞務、物資等價值的概念(黃光國,1988)；而兩者之間的模糊空間，便提供了語言有效的著力點，來改變彼此的情誼規則。由於人情債務很難具體衡量，如何利用巧妙的話語讓施予的人看起來給的更多(亦即，債權人的債權變大)，讓欠債的人看起來欠的更少(亦即，債務人的人情債變小)，是一門很大的學問。利害的人可以把原來是「債務人」的自己，搖身變成「債權人」。難怪偶爾會聽到這樣的抱怨：「明明是我幫他的忙，怎麼到了後來，變成我欠他了？」

在送禮酬謝對方時，伶俐的語言表達也能讓自己佔上風。例如一方面要客套的說「這麼小的禮物實在不成敬意」，另一方面，也可以同時告訴對方自己是花了多少力氣才找到對方喜歡的禮物，「找了幾家店才找到」。這樣，就算價值微小的禮物，經過了語言的潤飾之後，便能提昇它的價值。至於本來就貴重的禮物，就算送禮的人不好意思明白表達禮物的價值，也要多少暗示它的特殊性。送禮的人的所欠的債，除了因禮物本身的價值而抵消之外，還可以因靈活的語言再減少些。反過來說，如果送禮的人不會說話，再貴的禮物都可能變小，無法有效

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

地償還個人所欠的人情債。

另一方面，人情債的「債權人」也可以用巧妙的言辭來提高自己的「債權」，讓對方欠自己更多，如用婉轉的方式或透過第三人，來提醒對方尚有未償還的人情債，必須感恩；甚至就算「債務人」覺得自己已經還清了，如果「債權人」覺得不夠，總是可以一再的叨叨敍說自己給對方的好處，強調對方仍然積欠自己人情債。例如，「上次我買給你的東西是不是還好用？」、「這事幸好我當初做了，現在我就沒法幫忙了」、或者「我本來是不想買的，看在你的面子上才買的」。債權人也可以直接向第三人抱怨，「我幫了他這麼多，連一句謝都不說」，讓第三人去替他傳話。

不論是圓融的處理周遭的人際關係，或是不著痕跡的吹捧自己、拐彎抹角的貶低他人、冷嘲熱諷、挖苦對方，或者是商討彼此的人情債務，讓自己欠的更少，別人欠的更多，人際關係的界線其實非常有彈性，並非只是僵化的教條規範。正因為華人的入際世界有著各式各樣的關係牽扯，彼此的界線才更必須是可以商量變動的。它的彈性也提供個人跳脫群體桎梏的機會。

複雜化：邀請他人參與的機制

集體主義的精髓並不只是在於五倫的人際關係對其成員所加諸的種種規範，而在於這樣的價值觀把原本可以是相當單純的互動雙方變的非常複雜。前面提到的人情、關係、面子等，都可以拉近或推遠彼此的情誼，甚至可以顛覆原有的位階，將上位者變成下位者。而另一個同樣重要的面向則是人際關係的複雜化，包括，第一，互動的內容變多與時間變長；第二，中間人積極地參與了入際世界的縱橫捭闔。

第一，華人的互動很少是單就某個目的、一次性的往來。所謂的「自己人」可說是全方位的互動；既然不分彼此，就不會因事而有別。例如學生與老師之間，一旦關係建立，就不僅是學習方面的指導、傳道授業解惑的問題，兩人之間的個人事務，如婚喪喜慶及日常生活的問題，也都可能有某種程度的交涉。Chua et al. (2009) 指出，即令原本是純粹工具性的關係，很快就會添加了情感的成分。這也便是為什

麼文獻上向來指稱華人常將專業關係與私人關係混雜在一起。如果關係好，接觸面自然而然擴展；反過來說，如果在某一件事上得罪了對方，可能其他的交涉也都變得滯礙難行。華人的溝通可說是全面性而不是單點式的，因為每一次的接觸都可能影響整個關係的未來發展。「自己人」互動內容的多樣化，可說是華人傳播複雜化的一大特色。

再者，人與人之間的互動也不是在一個時間點上就結束，卻經常是沒完沒了的你來我往。前面提到的人情債與報答的設計，讓人際關係變得非常複雜，因為不是只有你來，還有我往；而這你來我往，也不只這一次，而是不斷來往的人情付出與償還。特別是因為人情債的計算沒有一定的準則，誰欠的多未有定論，再加上這個設計通常要求受惠的人必須償還大於原來得到的恩惠 (Chow & Ng, 2004)，結果就是不斷地你來我往，一次又一次重新計算又重新積欠的過程，甚至牽涉周遭相關的人。

舉一個簡單的例子，甲請乙吃飯，在某些文化系統裏很可能就只是一次的互動，因為乙並沒有義務回饋。在華人的系統裏，這個互動卻可能只是一個開端，因為乙吃了這頓飯之後，不論乙是不是真的吃的高興，很可能覺得欠了甲的人情，一定得回請甲；而這個回請，通常必須至少跟原來的餐廳相當或者更好，所以甲很可能會覺得乙償還太多，還要再回請，在「債務」平衡之前，總會循環不已。當然，在這個循環的過程中，兩人的關係也逐漸加深，可以做可以談的事，也就越來越多了。反過來說，如果乙吃了這頓飯之後沒有打算回報，甲可能透過其他的人來傳達他的不滿，建立另一個複雜的傳播網絡。還有第三種情況：如果乙吃了甲的飯，當甲的熟人丙有機會跟乙吃飯的時候，乙很可能會幫丙付帳，因為甲對乙所累積的「人情債權」可以轉讓給他的熟人丙。那麼，下次乙再跟甲吃飯，要不要再請甲一次，就值得商榷了。不論如何，甲跟乙原來看似單純的關係就多了一個丙。

在別的文化，或許一對一就是單純的一對一關係。但在華人文化，這樣單純的一對一關係卻可能衍生成複數關係，可能是一個對多數，多數對一個，或多數對多數。而這個「多」究竟是二或三或四或更多，要看彼此的關係以及所牽涉的其他人與情境因素。難怪 Chua et al. (2009) 要建議，跟華人做生意，不能只是跟特定的對象來往，還要

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

盡量認識這個對象網絡中的其他相關夥伴。

這些方式雖然不同，但都將彼此綁在一起，互動的內容變得更多，時間也拉得更長。若再加上其他的關係，結果就更是層層相疊，糾纏不清了。華人社會的人際關係以及因此所造就的人際傳播模式，不是單純的五倫階級的五種對應關係就能夠解釋的，更重要的是必須了解這些對應關係如何互相交錯，並在實際的應用上衍生出什麼樣的形式與效果。

第二，雖然華人的兩人世界看似已經夠曲折離奇，卻還經常要再加上個中間人，讓原本就複雜的網絡加倍複雜 (Chang & Holt, 1991b; Ma, 1992)。這些中間人的參與可能是直接的，也可能是間接的，可以從下面幾個樣態來分析。

最常見的樣態是由第三人直接幫忙協調兩人之間的種種事務，例如協調兩人間的糾紛、為某人傳達訊息給對方、或者代替某人提出請求。這兩個人可能認識也可能不認識，但中間人願意成為他們的橋樑。中間人的角色之所以能成功，便是因為華人社會強調關係與面子；在不同的交情裏彼此的面子人情不同，可以成就的事務自然也有別。因此，如果甲不買乙的帳，乙就可以試圖透過丙，靠丙的面子來說服甲。透過不同關係的運作，同樣的事務便有了不同的解讀，成功的機率就可能提升，目標也就能夠達成，充分實現所謂的人治的精神。

人際關係在這人治的社會裏不僅複雜，而且要被弄得更複雜，成為協商的籌碼。一般而言，華人文化對於外人是相當冷漠的。難怪即使是專業關係 (professional relationships)，或者原本就認識的外人，某些時候還是得透過熟人才能讓事情處理的更圓滿。在這樣的文化氛圍裏，每個人因其所掌控的關係不同，都有擔任中間人任務的機會。中間人可能是受託於人，不得已才扮演的角色，也可能是個人主動扮演，無須等待他人的請託 (Ma, 1992)。它雖然是個負擔，卻也是種榮耀。

從人際傳播的角度看，不管中間人是基於什麼理由來介入，也不論介入的方式為何，有了中間人，原本只屬於兩人之間的權利義務關係，至少可以擴展成四組關係 (甲乙、乙丙、甲丙、甲乙丙)。事實上，三個人的關係還算是最基本的，中間人 1 也可能因為自己的力道

不夠，再為代尋另一個中間人²，事情必得透過好幾層的關係才能處理好 (Chang & Holt, 1991b)；這樣衍生出來的關係，就不只是四組，而是八組、十六組的拓展開來。

不同情況下所衍生的人情不同，加上牽扯的人數，真可說是剪不斷理還亂。如果是受託於人，請託人與中間人之間的關係與人情，可說是第一道關卡，要關係夠的才可能請得動中間人；而中間人與目標的關係也要夠好，才能擔當任務。一旦請託成立，中間人願意代為說項，中間人與目標、請託人與目標，以及中間人與請託人之間，都免不了人情糾葛。就算是中間人主動協調兩者，中間人與雙方各自的人情關係，以及雙方之間因中間人介入之後的人情關係，究竟誰欠誰的人情，恐怕也不容易算清。如果牽涉的不只是一個，而是數個中間人，人情的估算與牽扯也就更是一筆複雜的帳了。

如何在糾葛的關係下進行傳播，是一門很大的學問，包括請託人如何向中間人為請托、中間人如何代請託人向目標傳達訊息、請託人與目標之間又應該有什麼樣的聯繫；中間人如果成功，應該如何對請託人表達、宣示或炫耀自己的關係與人情；而如果失敗，又該如何考量自己的面子來描述這樣的情境；不論成功或失敗，事過境遷之後，三個人之間的關係與溝通管道是否應該有所改變等，都必須考量它所牽涉的人情、人情債、關係、面子等，都是值得深入探討的課題。

另一個值得深思的問題是，經過這樣的牽連，當事人或許得償宿願，但因此所衍生的複雜關係與傳播行為，與因此必須付出的心力與負擔，究竟值不值得？要回答這個問題，不能單從個人關於此事的得失來衡量，而得就人際網絡的整體來觀察。利用中間人來為自己說項，看起來像是給中間人增添麻煩，但有時也是一種信任的表示，甚至是給中間人一個面子，因為中間人比自己更能掌握對方。如果自己冒冒失失的去找對方，恐怕中間人反而會不高興，認為「明明是我跟他熟的，你應該要先透過我才對」。這樣的反應是可以理解的，因為就算沒有經由中間人來說項，對方也很可能會評估自己與中間人的關係，來決定事情的處理方式。這樣一來，中間人的關係其實是有效果的，但因為自己沒有讓中間人充當溝通的管道，他就沒有任何功勞，也無法「做人情」。從這個角度看來，由中間人來擔任雙方溝通的橋樑，不

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

只是讓事情有更大的機會成功，也是緊密人際網絡相互照應的應然——讓更多的人參與，才能讓關係與溝通管道複雜化。

前面說明的情況，是由當事人的一方主動要求中間人代為說項。但在人際衝突的情況下，Ma (1992) 指出，一般是由非當事人的其他第三人向中間人提出協調的請託，因為這些「其他第三人」可能很關心兩個爭執的親朋好友，就把它當成自己的責任來要求中間人幫忙。這時牽涉的就不是只有三個人，而至少是四個人了——包括兩個爭執的當事人、關心的第三人，以及幫忙調解的中間人。這中間所牽涉的人情、人情債、關係、面子等，也就跟著產生量變與質變。

無論是當事人或者是關心的第三人向中間人請求幫忙，在「你的事就是我的事」的自己人的氛圍下，華人似乎總要牽涉一些原本沒有關聯的人來參與兩人的世界，讓人際世界複雜化。這也便是為什麼有的人只是來「和湍泥」(Ma, 1992)，跟著攪亂一池春水。

第二種常見的樣態是中間人只扮演旁觀者的角色，讓當事人借用他的名字來成就某些事情——「就跟他提一下我的名字」。這個樣態常常呈現在「人家介紹的」這樣的劇本裏，有特殊的傳播效果。例如甲要跟乙買貨，便告訴乙他是丙介紹的，希望能打個折扣：「我特地來這裏，因為丙說你的東西比別人的好。」乙可能就會回答「哎呀，都是自己人，當然給你打個折」之類的話。這樣的對話非常有意思，因為丙並沒有真的代為說項，也沒有出現在這個場合，而甲乙兩人卻能在對話中將丙直接列為重要關係人，藉由丙讓甲跟乙成為自己人。中間人的角色在華人的社會可說已發展到極致，因為他不僅可以是具體的，也可以經由語句，讓他成為象徵性的協商籌碼。

當然，究竟某甲是不是真的得到折扣，還得看具體的情況而定。乙可能只是說說 (lip service) 而已，讓甲覺得開心；也可能真的看在丙的面子上，給甲一個別人沒有的折扣。至於甲，如果真的得到折扣，也許會謝謝丙，或跟丙沒有任何聯絡；若沒有得到折扣，可能不了了之，也可能向丙抱怨。那麼丙又該如何自處呢？如果甲得了折扣，丙可能要求乙必須表達謝意或者一笑置之；如果甲沒有得到折扣，也許會對乙有所不滿，而這個不滿，可以表達也可以不表達。無論如何，人際世界裏彼此的牽扯又開始循環。

「複雜化」的文化機制清楚說明了華人傳播所牽涉的不僅只是階級的對應關係，而是層層交疊、在時間空間上都延展的人際網絡，及其所衍生的多重傳播管道與內容。華人的互動很少是單就某個目的的一次性往來，而是內容繁複、時間也拉長的全方位互動。再加上直接或間接的中間人，更讓牽涉的人與事成等比級數的增加。最重要的是，這個文化機制同時為他們的人生注入新的活力，讓它變得更多彩多姿，因為人的社會就是要有許多的人才有意思，才稱得上是紅塵世界。

結論

如果集體主義提供華人傳播研究一個恰當的分析方向，我們至少應該知道這個所謂的「集體」究竟是如何運作。「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」等四個文化機制讓我們得以檢視華人文化價值觀如何落實到人與人之間的互動。「拉近」的機制讓彼此距離更近、關係更緊；在集體裏自己人少有冷落，只有更多的包容與協助。「推遠」的機制確保個人的權益，使得他人不能予取予求；在每一次評估彼此的利害關係時將他人推開，以鬆脫集體的壓力。「彈性化」的機制活絡了彼此的關係，協調看似僵固的人際分際，甚至顛覆原有的階級與權力。至於「複雜化」的機制，則將相關(或不相關)的人與事帶入原有的人際關係體系，讓人際世界變得更加複雜與多彩多姿。這四個機制層疊交錯，可能同時運行，也可能互相掣肘，從而構成一幅生動活潑的人際傳播圖像。這些機制也沒有必然相應的傳播模式和效果；在每個人我互動的傳播行為裏，一再協商彼此的分際與關係，落實所謂「集體主義」的內涵。

許多西方文獻視文化價值觀與傳播行為兩者的關聯為簡單的直線因果關係，忽略了文化價值觀如何透過文化機制，實現在具體的傳播行為裏。文化機制的運行是非常生動活潑的，它們同時指導人與人的應對進退，也在這樣的互動裏彰顯並確認特定的文化價值。本文分析的四個文化機制提供了一個初步的探討，彌補了這項缺失。再者，從這個角度來分析華人傳播，可以跳脫跨文化傳播學長期以來以東西二分法來解釋華人傳播的窠臼。我們要觀察的是層疊分明的華人人際關

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

係如何經由「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」等交錯縱橫的傳播行動獲得實踐，而不是從文化差異的比較來推論華人傳播行為應該如何又如何。

本文希望透過這四個文化機制來呈現一個比較周全的、生趣盎然的華人傳播行動分析。對於華人傳播研究未來的研究方向，有幾項建議。第一，重新省思「文化」的概念。文化的內涵是否可以從價值觀窺視大概？它的表象與呈現又是如何？除了價值觀之外，有什麼其他的角度可以讓我們探討文化的內涵？這個省思是非常重要的，因為它能幫我們釐清如何界定所謂的「華人文化」。第二，重新省思「本土」的概念。華人傳播學研究必須「本土化」已然是通識，但「本土」不是只是跟「西方」有別，例如關於「集體主義」的研究，應該瞭解它的文化內涵，不能因它相對於「個人主義」，便自然成為華人文化的正字標記。「集體主義」的特殊文化機制為何，如何在傳播行為裏落實它的文化價值與傳統，都應該是研究的重點。第三，如果選定集體價值觀為分析華人文化的入口，我們就必須重新省思「文化價值觀」與「傳播行為」二者的關聯。除了「價值觀指導行為」的單向因果邏輯之外，可以反向思考，看傳播行為如何實現價值觀。從這個角度出發，著眼於華人傳播行為，可以分析種種的協調與衝突、直接與不直接的表達方式、中間人的參與模式等，看它們如何活潑的成就某些價值觀。

當然，如前所述，所謂的「華人傳播行為」與「華人文化」，雖然已較所謂的「東方文化」有所限縮，但這樣的字眼與概念，還是免不了統籌唯一的論述，將所有的華人簡化為一個整體。這是所有關於文化論述的研究者無法避免的障礙，因為不論分析任何一個族群，如何細分（如「台灣的華人」、「新加坡的華人」、「美國的華人」等），仍然落入文字，而一旦落入文字，指稱的便是整體。因此，筆者認為，研究者進行「華人傳播行為」的分析，必須落實到特定場域、時空，甚至歷史的脈絡來探討，這樣文化就不再只是抽象的指導概念，而是輾轉繁衍，具體呈現在人與人的互動中。重點不在於如何免於整體的論述，而在瞭解一己為分析傳播行為所選取的整體（如東方人、華人、或加州的華人）的理由，以及因此在研究時所受的侷限，因為文化機制必然仰賴源源不斷的參與者，經由他們的傳播，才再更新並賦予文化新的內涵與意義。

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 李宗吾 (1994)。《厚黑學》。台北：新銳出版公司。
- Li Zongwu (1994). *Hou hei xue*. Taipei: Xinrui chuban gongsi.
- 張惠晶 (2004)。〈台灣人際傳播理論的重建：多面向理論架構的分析〉。陳國明 (編)，《中華傳播理論與原則》(頁 169–202)。台北：五南出版社。
- Chang Hui-Ching (2004). Taiwan renji chuanbo lilun de chongjian: duomianxiang lilun jigou de fenxi. Chen Guoming edited, *Zhonghua chuanbo lilun yu yuanze*, (169–202). Taipei: Wunan chubanshe.
- 張惠晶 (2008)。〈人際溝通學〉。魯曙明 (編)，《西方溝通交際學前沿發展評析》(頁 87–108)。北京：人民大學出版社。
- Chang Hui-Ching (2008). Renji goutong xue. Lu Shuming edited, *Xifang goutong jiaoji xue qianyan fazhan pingxi* (87–108). Peking: Renmin daxue chubanshe.
- 黃光國 (1988)。《人情與面子：中國人的權力遊戲》。台北：巨流出版社。
- Huang Guangguo (1988). *Renqing yu mianzi: zhongguoren de quanli youxi*. Taipei: Juliu chubanshe.
- 曾仕強 (1992)。《圓通的人際關係管理法》。台北：方志出版社。
- Zeng Shiqiang (1992). *Yuantong de renji guanxi guanli fa*. Taipei: Fangzhi chubanshe.
- 費孝通 (1948)。《鄉土中國》。上海：觀察社。
- Fei Xiaotong (1948). *Xiangtu zhongguo*. Shanghai: Guanchashe.

英文部分 (English Section)

- Blum, S. D. (1997). Naming practices and the power of words in China. *Language in Society*, 26(1), 357–379.
- Bond, M. H. (2002). Reclaiming the individual from Hofstede's ecological analysis—A 20-year odyssey: Comment on Oyserman et al. *Psychological Bulletin*, 128, 73–77.
- Brewer, M., & Chen, Y. (2007). Where (who) are collectives in collectivism? Toward conceptual clarification of individualism and collectivism. *Psychological Review*, 114(1), 133–151.
- Cahill, D. (2003). The myth of the “turn” in contrastive rhetoric. *Written Communication*, 20(2), 170–194.
- Chang, H.-C. (2001). Harmony as performance: The turbulence under Chinese interpersonal communication. *Discourse Studies*, 3(2), 155–179.
- Chang, H.-C. (2002). The concept of *yuan* and Chinese conflict resolution. In G. M.

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

- Chen & R. Ma (Eds.), *Chinese conflict management and resolution* (pp. 19–38). Westport, CT: Greenwood.
- Chang, H.-C. (2010). *Clever, creative, modest: The Chinese language game*. Shanghai, China: Shanghai Foreign Language Press.
- Chang, H.-C., & Holt, G. R. (1991a). The concept of *Yuan* and Chinese interpersonal relationships. In S. Ting-Toomey & F. Korzeny (Eds.), *Cross-cultural interpersonal communication* (pp. 28–57). Newbury Park, CA: Sage.
- Chang, H.-C., & Holt, G. R. (1991b). More than relationship: Chinese interaction and the principle of *kuan-hsi*. *Communication Quarterly*, 39(3), 251–271.
- Chang, H.-C., & Holt, G. R. (1994). Debt-repaying mechanism in Chinese relationships: An exploration of the folk concepts of *pao* and human emotional debt. *Research on Language and Social Interaction*, 27(4), 351–387.
- Chen, G.-M. (2001). Toward transcultural understanding: A harmony theory of Chinese communication. In V. H. Milhouse, M. K. Asante, and P. O. Nwosu (Eds.), *Transcultural realities: Interdisciplinary perspectives on cross-cultural relations* (pp. 55–70). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Chen, G.-M. (2008). Intercultural communication studies by ACCS scholars on the Chinese: An updated bibliography. *China Media Research*, 4(2), 102–113.
- Chen, G.-M. (Ed.) (2011a). Special issue: Key concepts in understanding the Chinese. *China Media Research*, 7(4).
- Chen, G.-M. (2011b). An introduction to key concepts in understanding the Chinese: Harmony as the foundation of Chinese communication. *China Media Research*, 7(4), 1–12.
- Chow, I. H., & Ng, I. (2004). The characteristics of Chinese personal ties (*guanxi*): Evidence from Hong Kong. *Organization Studies*, 25(7), 1075–1093.
- Chua, R. Y. J., Morris, M. W., & Ingram, P. (2009). *Guanxi* vs networking: Distinctive configurations of affect- and cognition-based trust in the networks of Chinese vs American managers. *Journal of International Business Studies*, 40, 490–508.
- Collier, M. J., Hedge, R., Lee, W., Nakayama, T., & Yep, G. (2002). Dialogue on the edges: Ferment in communication and culture. In M. J. Collier (Ed.), *Transforming communication about culture: Critical new directions* (pp. 219–280). London: Sage.
- Dissanayake, W. (1989). Paradigm dialogues: A Eurocentric universe of discourse. In B. Dervin, L. Grossberg, B. J. O'Keefe, & E. Wartella (Eds.), *Rethinking communication: Paradigm issues* (Vol. 1, pp. 166–168). Newbury Park, CA: Sage.
- Earley, P. C., & Gibson, C. B. (1998). Taking stock in our progress on individualism—collectivism: 100 years of solidarity and community. *Journal of Management*, 24, 265–304.
- Gao, G., Ting-Toomey, S., & Gudykunst, W. B. (1996). Chinese communication processes. In M. H. Bond (Ed.), *The handbook of Chinese psychology* (pp.

- 280–293). Hong Kong: Oxford University Press.
- Graham, J. L., & Lam, N. M. (2003, October). The Chinese negotiation. *Harvard Business Review*, 82–91.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Garden City, New York: Anchor Press/Doubleday.
- Hammond, S. C., & Glenn, L. M. (2004). The ancient practice of Chinese social networking: Guanxi and social network theory. *E:CO Special Double Issue*, 6(1–2), 24–31.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Holt, R., & Chang, H.-C. (2009). Business negotiation and Taiwanese relationship building: Mediated experiences in Karaoke singing. *International Journal of Chinese Culture and Management*, 2(3), 206–220.
- Hwang, K.-K. (2000). Chinese relationalism: Theoretical construction and methodological considerations. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 30(2), 155–178.
- Jacobs, J. B. (1979). A preliminary model of particularistic ties in Chinese political alliances: Kan-ching and Kuan-hsi in a rural Taiwanese township. *China Quarterly*, 78, 237–273.
- King, A. Y. C. (1985). The individual and group in Confucianism: A relational perspective. In D. J. Munro (Ed.), *Individualism and holism: Studies in Confucian and Taoist values* (pp. 57–70). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Luo, Y. (1997). *Guanxi: Principles, philosophies and Implications*. *Human Systems Management*, 16, 43–51.
- Ma, R. (2011). Social relations (*guanxi*): A Chinese approach to interpersonal communication. *China Media Research*, 7(4), 25–33.
- Ma, R., & Chuang, R. (2001). Persuasion strategies of Chinese college students in interpersonal contexts. *Southern Communication Journal*, 66, 267–278.
- Ma, R. (1996). Saying “yes” for “no” and “no” for “yes”: A Chinese rule. *Journal of Pragmatics*, 25, 257–266.
- Ma, R. (1992). The role of unofficial intermediaries in interpersonal conflicts in the Chinese culture. *Communication Quarterly*, 40, 269–278.
- Miike, Y. (2006). Non-Western theory in Western research? An Asiatic agenda for Asian communication studies. *The Review of Communication*, 6(1–2), 4–31.
- Oyserman, D., Coon, H. M., & Kemmelmeier, M. (2002). Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analyses. *Psychological Bulletin*, 128, 3–72.
- Oon, C. (2007, March 1). The karaoke express; The popularity of karaoke in the Chinese-speaking world points to the rise of individualism. *The Straits Times* (Singapore). Retrieved Oct. 3, 2008, from *LexisNexis Academic database*.
- Parks, M. R. (1982). Ideology in interpersonal communication: Off the couch and into the world. In R. Bostrom (Ed.), *Communication yearbook 5* (pp. 79–107).

從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」、與「複雜化」

New Brunswick: Transaction Books.

Sinha, D., & Tripathi, R. C. (1994). Individualism in a collectivist culture: A case of coexistence of opposites. In U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi, S. C. Choi, and G. Yoon (Eds), *Individualism and collectivism: Theory, methods and applications* (pp. 123–136). Thousand Oaks: Sage.

Triandis, H. C. (1995). *Individualism & Collectivism*. Boulder, CO: Westview Press.

Wang, G. (2010). What collective? Collectivism and relationalism from a Chinese perspective. *Chinese Journal of Communication*, 3(1), 42–63.

Wu, R.-j. (2011). A conversation analysis of self-praising in everyday Mandarin interaction. *Journal of Pragmatics*, 43(13), 3152–3176.

Yum, J. O. (1988). The impact of Confucianism on interpersonal relationships and communication patterns in East Asia. *Communication Monographs*, 55, 374–388.

本文引用格式

張惠晶 (2013)。〈從四個文化機制看華人人際傳播：「拉近」、「推遠」、「彈性化」與「複雜化」〉。《傳播與社會學刊》，第24期，頁193–224。

