

有助于跨文化理解的中国传播和谐理论

陈国明¹

美国罗德岛大学

翻译: J. Z. 爱门森

浙江大学传媒与国际文化学院

内容摘要: 本文从和谐的视角出发, 提出了中国人传播活动的一种普遍理论。以九个概念(包括“仁”、“义”、“礼”、“时”、“位”、“幾”、“关系”、“面子”和“权力”)为基础, 文中共总结了4个假设、23条原理和23条定律。这些概念的功能作用和相互联系构成了一个整体系统, 将连续性带入不停变化的中国人传播活动过程。希望这一理论可以成为一面镜子, 反映出跨文化传播过程中的潜在问题, 并为外国人与中国人进行交流时实现跨文化理解提供良好的机会。[China Media Report Overseas, 2009; 5(2): 93-106]

关键词: 中国人传播活动, 仁, 义, 礼, 时, 位, 幾, 关系, 面子, 权力

来自不同学科的大量研究显示, 文化和传播之间具有一种互相依赖和相辅相成的关系(Becker, 1986; Chen, 1995a; Gudykunst 和 Nishida, 1984; Harnett 和 Cummings, 1980; Hofstede, 1980; Nakanishi, 1987)。Chen 和 Starosta (1998a) 认为, 当传播作为文化的媒介而发挥作用时, 我们应该说什么、在哪儿说、怎么说就会受到文化的约束。因此, 文化不仅影响着我们的思维, 同时也会在我们的传播方式中得到体现。

学者们深入地考察了文化对传播行为的影响。比如 Hsu (1953) 发现, 在交流中, 美国人倾向于以个人为中心、展示个人情感, 而中国人更易于以情境为中心、约束个人情感。Ma (1990, 1992) 也在其报告中说, 和北美相比, 中国人不易直白地在传播过程中显示自己的情感。此外, 各种研究不断指出: 中国人和美国人在传播方式上的主要区别在于, 中国人更倾向于避免对抗和直接的传播(Lindin, 1974; Schneider, 1985; Wolfson 和 Pearce, 1983; Yang, 1978)。最后, Gudykunst 和 Ting-Toomey (1988) 及 Hall (1976) 对高语境文化和低语境文化在传播行为方面的区别进行了总结。他们认为, 高语境文化中的人们: (1) 较少强调清晰直白的语言信息; (2) 通过与语境线索传递重要信息; (3) 高度重视和谐; (4) 更易于保持沉默和使用模棱两可的语言; (5) 更多地避免直接对别人说“不”。低语境文化中的人们: (1) 不强调情境; (2) 通过清晰直白的语言来传递重要信息; (3) 高度重视对自我的表达、语言的流畅性和表达的说服力; (4) 更易于自由而直接地表达观点以说服别人接受他们的看法。

这些研究表明, 为了理解一个人的传播行为、或者说为了有效地与来自不同文化的人进行传播, 我们有必要首先对这个人的文化加以理解。换句话说, 为了实现“跨文化真实”(transcultural realities)², 人们不得不通过与一种单独的文化进行交流和对话、从而对其加以理解(Epstein, 1995)。建立

¹[作者简介]陈国明(Guo-Ming Chen), 美国罗德岛大学传播学系教授, 是美国中国传播研究协会的奠基主席。著述丰厚, 在传播学坛中颇有声望。现为华南理工大学新闻/传播学院与国际教育学院讲座教授, *China Media Research* 合作主编。

²译者注: 这个词来自一本书——*Transcultural realities :interdisciplinary perspectives on cross-cultural relations* (《跨文化真实: 从跨学科的视角看待跨文化关系》editors Virginia H. Milhouse, Molefi Kete Asante, Peter O. Nwosu. Thousand Oaks, :Sage Publications,c2001.)。

“跨文化真实”的能力与跨文化传播能力（intercultural communication competence）相似，它要求具有跨文化意识性（intercultural awareness）、跨文化敏感性（intercultural sensitivity）和跨文化熟练性（intercultural adroitness）等能力（Chen, 1989; Chen和Starosta, 1996, 1998b, 1999, 2000）。本文意在对中国文化的核心价值加以描述，从而帮助人们在和中国人进行交流时实现跨文化理解。虽然在过去若干年中，学者们越来越地希望通过关注特定文化的文化特征研究来帮助人们更好地相互理解、相互交流（Benedict, 1946; Broome, 1996; Condon, 1984, 1985; Kapp, 1983; Stewart和Bennett, 1991），但是很少有人从传播的角度对中国的文化特征进行系统的探讨。为了填补这一空白，笔者以文化特征为基础建立了一种和谐理论，可以用于理解中国人的传播行为。

理论的本体论基础

为了对中国人的传播加以理解，有必要对指导中国人信仰和行为的本体论假设进行认识。Cheng（1987）和 Wilhelm（1979）认为，中国人将“变”视为宇宙唯一永恒的现象。“变”以相反相成的两股力量——“阴”和“阳”为基础。“阴”代表着柔和、顺从或是屈服的态度；而“阳”代表着强硬或者控制的态度。两种力量的交流产生了更多相反相背却又相辅相成的变化耦合，如虚和实、明和暗、动和静、大和小、多和少、高和低、远和近、等等。因此，宇宙处于永恒的变化之中，永动无歇，潮涨潮落，无有定则。为了成功地进行交流，人们必须把连续性带入变化的过程中，因为“当变化处于进行中，事物会发生改变；通过改变可以实现连续；而通过连续可以实现持久。这是获得上天赐福和好运的关键”（Chu, 1974, p. 106）。

基于“变”的概念，Chai 和 Chai（1969）总结了三条指导中国人传播行为的本体论假设。首先，宇宙是一个极大的整体，包含天地四方、古往今来；但它处于一个变化的过程中，其基础没有固定的状态。于是，人类传播也处在变化和转换的状态中。第二，宇宙的转变过程并不是一直向前的，而是处于一种无穷的循环中。于是，人类传播也按照这种宇宙的循环而变，就像日夜更替、潮涨潮退（Liu, 1990, 1992）。第三，宇宙的变化过程没有终结。于是，人类传播的过程也永远不会绝对停止或结束。在这种变化的、无穷的和循环的传播过程中，人的地位至关重要。其过程显示了一种启蒙的精神，人类借之在相互关联、相互依赖的网络体系中以一定的尊严和影响进行传播。在整个进程中，传播互动双方无有意识地降低对方自尊之嫌，所形成的是一种水到渠成的自然的传播结果（Cheng, 1987; Fang, 1981）。这些本体论假设为实现一个更具动态性、交互性和反应性的人类传播概念提供了基础。于是从中国人的角度看，人类传播要求人们在相互依赖关系不断变化的过程中、在交流活动的参与者之间发展并保持一种和谐的关系。因此，可以以假设的形式提出三条理论，从而对中国人的本体论思想加以总结。这三条假设可作为基础定义和基础描述，从中发展或推衍出其他的理论原理和定律：

假设1：人类传播是一个不断变化、不断转换的过程。

假设2：人类传播不断变化，所依据的是无穷无尽却有一定秩序的宇宙循环。

假设3：人类传播永远不会绝对完成或者说停止。

和谐理论的构成

Hawes（1975）认为，一种坚实的理论必须包括一种根本论述（primary statement）和一种作为从属性阐述（secondary statement）的、可添加到根本论述上的定律。原理是指在通常意义下可视为正确的一种根本论述。从原理出发，定律可以得以推断或者说衍生；定律也是概括性的、并且在经验上是正确有效的。定律中的概念应该是可观察到的、可被定义的；如果有必要，可以从定律中得到一系列假说。换句话说，假说是对预测的必要条件加以细化的一种论述，可以对之进行直接检验。下文中将列出这些原

则，从而对中国人传播活动的和谐理论加以构建。

与西方相比，中国学者研究人类传播的方法有三方面不同（Chen, 1993）。首先，中国人认为和谐是人类传播的目的而非手段。于是人们认为冲突会在传播过程中对和谐产生危害。第二，许多西方学者将人类传播视为传播者努力以自己的喜好来左右交流的过程，而中国人将传播视为传播者不断地使自己做出调整和重新定位、从而相互依赖与互相合作的过程。第三，中国的研究方法显示，人类传播过程中包含了道德诉求，引导着交流参与者之间的合作责任感；这不是依靠传播参与者的策略性话语或行为，而是通过真诚展示相互之间全心全意的关切之情（Chen, 1993）。这些明显的区别说明，和谐是中国文化的核心价值，指导着中国人的传播行为。Legge（1955）指出，中国人认为，人类社会只能在和谐的环境中得到滋养和繁荣。所以，对于变化的、循环的、永不停止的人类传播来说，和谐是中国人对之加以约束的最重要因素。于是，中国人传播活动的终极目标是追求没有冲突的自由的人际关系和社会关系（Chen 和 Chung, 1994）。因此，“实现人类关系之和谐状态的能力”成为评价一个人在中国人传播活动中是否有能力的主要标准。换句话说，对于中国人来说，传播能力是一个人在相互依赖关系不断变化的过程中、在传播参与者之间发展和维持和谐关系的能力（Chen, 1993）。基于和谐的概念，可以获得一个假设和一个原理：

假设4：中国人的传播意在实现人类关系的和谐状态。

原理1：在中国人的传播活动中，提高实现和谐的能力可以提高传播能力。

为了在传播过程中实现和谐或体现能力，中国人归纳出三类指导方针（Chen, 1997；Chen 和 Chung, 1997；Chen 和 Starosta, 1997-8；Hwang, 1987；Shenkar 和 Ronen, 1987；Wu, 1964；Yum, 1988）：（1）从内在的角度说，人们必须能够将三个原则加以内化——仁、义和礼；（2）从外在的角度说，人们必须能够对三种因素加以适应——时、位和幾；（3）从策略的角度说，人们必须能够对三种行为技巧加以发挥：关系、面子和权力。

仁 (*Jen, humanism*)

仁是在两个人之间建立亲近联系的一种内心力量。Chen 和 Chung（1994）指出，自制和自律可以培养和提升这种内心力量。通过仁，人们自然地与他人显示爱意、友情和关心。这是把所有人都视为兄弟姐妹的中心。仁不仅有助于发展和维持自我，而且有助于发展和维持他人（Fung, 1983）。因此，移情是对他人显示爱心、实现“仁”的前提（Chang, 1992；Chung, 1992；Yum, 1988）。运用于日常交流中时，Chen（1987）总结说，仁要求约己、尽孝、爱人、尊老、敬业、并且有信。换句话说，仁是在交流中显示爱意或善意的一种集体主义美德。不仅如此，为了实现人类传播的和谐状态，“仁”的行为必须建立在互惠原则的基础上。只有通过相互依赖的过程才能充分发挥出“仁”的光芒。因此，和谐的理想是通过互惠的原则得以维持的，这要求交流活动的参与者在传播过程中显示出相互间的责任感（Chen 和 Xiao, 1993）。如果违反互惠原则——比如不能对好意加以回应，或是态度冷漠——往往导致中国人传播活动中不合作的情况。

原理2：在中国人传播活动中，“仁”的程度越高，越容易实现和谐。

原理3：在中国人传播活动中，善意的程度越高，越容易维持“仁”。

定律1：一个人的惠人之心越强，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律2：一个人的移情能力越强，在中国人传播活动中的能力就越强。

义 (*Yi, appropriateness*)

义，相当于“得体性”或“恰当性”之意，是传播行为的内在标准，规定了我们在社会交流中应该做什么、不应该做什么（Chen 和 Chung, 1994）。Chen（1987）指出，“义”对有人类传播三种作用。

第一，它在传播过程中指导了个人行为。第二，通过防止人们偏离社会规范而约束个人行为。第三，义渗透了社会规范领域内的所有行为。也就是说，所有得体/恰当的行为都受到“义”原则的指导和约束。这些作用显示，“义”的状态只能通过传播过程中的得体/恰当行为而获得。因此，得体性/恰当性就成为检验个人行为是否符合“义”之要求的标准。同时，得体/恰当的行为也指向针对环境的灵活性和适应性。换句话说，“义”的目的是：在面对时间、空间、人、环境等不同外在刺激时，通过采用最得体/恰当的回方式而实现人类交流的最佳结果（Chen, 1987）。所以，在人类传播活动中，“义”中所包含的以环境为导向的特性让我们的眼光超越个人利益，而从人类本性的原善（original goodness）出发，为提高普遍之善（common good）做出贡献（Yum, 1988）。总之，对于中国人来说，人类传播的和谐状态离不开“义”（反映在得体/恰当的行为中）的指导，而得体/恰当的行为可以通过灵活性和适应性来实现。

原理4：在中国人传播活动中，“义”的水平越高，实现和谐的可能性越大。

原理5：在中国人传播活动中，得体性/恰当性的水平越高，维持“义”的可能性越大。

定律3：一个人的灵活性越强，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律4：一个人的适应性越强，在中国人传播活动中的能力就越强。

礼 (Li, rite)

礼，源于宗教仪式礼拜，此处以比喻方式展示人们之间动态联系的特殊人性化形式。而这种形式又派生出一种人类行为，反过来将社会交流活动协调整合进入文明社会。因此，通过“礼”，我们意识到礼仪和庆典是日常文明交流的一种显性的、强化的和细致的扩展（Fingarette, 1972）。换言之，“礼”象征着人类交流的正式性。中国文化不仅将这种正式性视为一种人类特性、一种语言特性，而且将之看作一种道德和宗教的特性。在人类传播的过程中，“礼”还是社会环境中行为是否适当的准则和规定。它是通过显示对社会规范的尊重从而实现理想和谐状态的一种外部手段。Yum (1988) 指出，礼是“人类行为的基本规范仪节”（p. 378）。礼在传播中遵循行为和语言的准则，从而与个人性格及社会责任相联系。因此，个人应在社会交流中执礼而行，同时积极调整自己以适应社会的和谐等级秩序。

这种正式性可以很容易地在中国人日常交流使用的敬语以及父母与子女之间、上级与下级之间、老师与学生之间、长辈与晚辈之间、朋友之间有序、得体而恰当的行为中找到（Condon 和 Yousef, 1975; Chen 和 Starosta, 1998a）。这还在中国人的“客气”中有所反映。“客气”不仅有“礼貌”之意，还包含了一些个人态度，比如在人类传播过程中要恭敬、谦让、质朴、善解人意、周到而举止有礼（Wei, 1983）。因此，行为唐突、在公共场合不能控制情绪都是不礼貌的；不仅违背了和谐的原则，而且由此产生的冒犯不容易被原谅（Eberhard, 1971）。唐突行为较少的一个例子是，中国人不太愿意在社会交流中参与争论。中国人在受到质疑时，即使认为自己是正确的，也可能会保持安静，而不是进行辩论，希望借此保住彼此的面子，维持双方关系的和谐（Chen 和 Xiao, 1993）。Shenkar 和 Ronen (1987) 认为，这种社会生活的正式性是避免尴尬对立的一种方式，也是处理社会含糊情境、以集体导向控制自我倾向的一种手段。

原理6：在中国人传播活动中，合礼行为的增加会带来和谐性的增加。

原理7：在中国人传播活动中，正式性程度越高，维持“礼”的可能性就越大。

定律5：一个人使用敬语的能力越强，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律6：一个人应对等级社会关系的能力越强，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律7：一个人越有礼貌，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律8：一个人控制情绪的能力越强，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律9：一个人的攻击性越弱，在中国人传播活动中的能力就越强。

“仁”、“义”、“礼”这三个概念构成了中国人传播过程中交流活动参与者内心结构的基础，是实现和谐和发挥传播能力的根本。个人必须将之加以内化，才能成为中国文化环境中的成功传播者。不过，作为中国人传播活动的内在基础因素，“仁”、“义”和“礼”需与三个外在因素（即：“时”、“位”和“幾”）相协调。内在因素与外在因素的结合情况，将决定中国人传播活动能否在转变过程中获得成功（Wu, 1964）。

时 (*Shih*, temporal contingencies)

时，是指人类交流活动中的时间因素。对于通过传播过程而发展人类关系的循环过程，中国人用八卦及二十四时来描述其中的八个阶段（Wilhelm, 1979; Chen, 1998）。“震”¹，凌晨四点半到七点半，象征着与他人发展关系的兴起之力。“巽”²，上午七点半到十点半，象征着利用温和的渗透力量而继续发展与他人的关系。“离”³，中午的十点半到一点半，象征着交流活动参与者相互依附的愿望。“坤”⁴，下午的一点半到四点半，象征着对相互关系的接受。“兑”⁵，下午的四点半到七点半，象征着交流活动参与者之间发展的良好关系。“乾”⁶，晚上的七点半到十点半，象征着成功关系的升华阶段。“坎”⁷，夜里的十点半到半夜一点半，象征着关系的恶化。最后，“艮”⁸，半夜一点半到凌晨四点半，象征着在没有进一步努力的情况下保持不变或是对关系加以维持。对时机关系加以了解、在人类交流的不同阶段进行得体/恰当的表现，这是“时”的作用。换句话说，要想对“时”加以认识，就必须具有看清合适时机的能力，从而恰当地开始、维持和结束一次交流活动。“时”这一因素是恰当性原则（包含在“义”中）的运用。在人类传播过程中，时机会发生变化；“时”说明了认清这种变化所带来的影响的重要性。中国人认为，不能认识到交流中的时机之变，就会有碍于和谐的实现，并由此导致传播的失败。

原理8：中国人传播活动中，对“时”之认识水平的增加可以带来和谐程度的增加。

原理9：在中国人传播活动中，对时间因素的认识程度越高，维持“时”的可能性就越大。

定律10：一个人越能清楚地知道行动的合适时机，在中国人传播活动中的能力就越强。

位 (*Wei*, spatial contingencies)

位，是指人类交流活动中的空间因素，即人类交流活动的静态因素，包括社会背景和传播环境。“位”像是承载“礼”的容器。换句话说，礼的运用会因社会背景和传播环境的不同而不同。对于中国人来说，“位”很典型地反映在人类关系的等级结构中，即所谓的“五伦”⁹。五伦从传统上仔细规定了君臣、父子、夫妻、长幼和朋友之间的关系（Lin, 1988）。这种等级结构不仅保证了中国社会中的一种不平等的互补关系，而且成为中国人进行传播活动的一种特殊背景。它将年龄、性别、角色/地位方面的差别加以最大化，在交流参与者之间倡导一种相互依存的关系（Condon, 1977）。因此，对空间因素

¹ 译者注：震，八卦之一，代表“雷”。

² 译者注：巽，八卦之一，代表“风”。

³ 译者注：离，八卦之一，代表“火”。

⁴ 译者注：坤，八卦之一，代表“地”。

⁵ 译者注：兑，八卦之一，代表“泽”。

⁶ 译者注：乾，八卦之一，代表“天”。

⁷ 译者注：坎，八卦之一，代表“水”。

⁸ 译者注：艮，八卦之一，代表“山”。

⁹ 译者注：五伦是指五种人伦关系。古人以君臣、父子、夫妇、兄弟、朋友为“五伦”。《孟子·滕文公上》：“使契为司徒，教以人伦：父子有亲，君臣有义，夫妇有别，长幼有序，朋友有信。”

加以认识、在人类交流的不同环境中进行正确的表现是“位”的作用。换句话说，要想对“位”加以认识，就必须具有认识/分清对象、事情和地点的能力，从而恰当地开始、维持和结束一次交流活动。与“时”相似，“位”整合了恰当性原则，显示出空间因素对人类传播的影响。因此，“位”也是衡量中国人传播活动之和谐程度和能力大小的一个标准。

原理 10: 中国人传播活动中，对“位”之认识水平的增加可以带来和谐程度的增加。

原理 11: 在中国人传播活动中，对空间因素的认识程度越高，维持“位”的可能性就越大。

定律 11: 一个人越能清楚地对传播环境加以认识，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律 12: 一个人越能清楚地对社会背景加以认识，在中国人传播活动中的能力就越强。

幾 (*Ji*, the first imperceptible beginning of movement)

幾，是苗头，是行为动作开始的微妙起点；对于进行中的交流活动，“幾”预示了结果可能性的轨迹（Wilhelm, 1990）。中国人认为，具有传播能力意味着一个人应该知道在交流中隐藏什么、明示什么。这要求传播者具有一种敏锐力，从而在传播过程中的时空因素发生变化时以积极的态度理解和接受潜在的差异，进而采取合适的行动（Chen 和 Starosta, 1996）。因此，认识行为动作之发展轨迹的能力对于人们在交流中实现和谐、获得完全安全的感觉是必不可少的条件（Chen, 1993）。敏锐力或者说认识“幾”的能力建立于真诚的基础上，通过对自己和对他人持有一种真挚坦诚之心，从而显示个人内在的一致性。真挚坦诚之心不仅帮助人们认清行为动作之发展轨迹、知道在合适的时间做合适的事情，从而与环境相应，而且将交流活动参与双方团结为一体（Wang, 1989; Wu, 1976）。所以，真诚是时、位、幾的整合力量，是联系仁、义、礼的桥梁。

原理 12: 在中国人传播活动中，对“幾”之认识水平的增加可以带来和谐程度的增加。

原理 13: 在中国人传播活动中，对交流结果的可能性轨迹的认识程度越高，维持“幾”的可能性越大。

定律 13: 一个人越能清楚地认识到交流结果的可能性轨迹，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律 14: 一个人的敏锐力越强，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律 15: 一个人越真诚，在中国人传播活动中的能力就越强。

仁、义、礼，是中国人传播活动的内在因素和横向因素；时、位、幾，是中国人传播活动的外在因素和纵向因素。它们编织在一起，构成了中国社会的环境网络。在这种环境网络中，中国人发展出各种不同的策略性行为以应对日常交流。其中，三种占据核心位置而又相互依赖的能力/策略是“关系”、“面子”和“权力”（Chang 和 Holt, 1991; Chen, 1997; Chiao, 1988a; Chu, 1991; Hwang, 1987, 1988, 1997-8; Jia, 1997-8; Jacobs, 1979; Ma, 1992）。在中国人传播活动中，和谐的实现最终要建立这三个概念的运用上。

关系 (*Guanxi*, inter-relation)

关系，是不同人/组织之间的联系。Jacobs (1979) 发现，中国社会网络中至少存在 9 种基本的内在联系，因地理、血缘、工作、学习、结义、姓氏、师生、经济、社会事务等共同背景而形成。Leung (1988) 指出，中国人更容易与陌生人发生冲突，而不是和自己的朋友。对于中国人来说，维持这些内在联系对于践行“礼”的原则是必不可少的，因为他们将维持恰当的内在联系视为在日常交流活动中避免严重冲突和尴尬境遇的一种途径。不仅如此，关系还可以作为在中国社会中解决纷争或是说服别人、施加影响、进行控制的一种社会资源而加以运用（Chang 和 Holt, 1991; Chung, 1991）。

Yum (1988) 认为，因为中国人重视以“五伦”为基础的社会等级结构，所以 Jacobs 论述的那些特定人类关系更易于在社会交流过程中得以发展。而且，这些特定关系受到一系列特殊的传播规则和传播

模式的约束，让人们在“对谁说”、“在哪儿说”、“什么时候说”和“如何说”方面心里有数（Chen 和 Chung, 1997）。于是，中国人会在社会网络中清楚地分辨“陌生人”与“朋友”。中国人在和陌生人或是一般认识的人打交道时，会感到比较拘谨；而与亲近的朋友在一起时更容易敞开心扉（Chen, 1995b）。于是，在社会交往中分辨等级关系的能力可以用来发展出一种更具支持力的传播氛围，并在交流活动参与者之间维持更紧密的和谐关系。对特定关系的强调也使得“团体内”（in-group）和“团体外”（out-group）成员之间的界限更加明显。中国人不容易相信团体外成员。团体内成员之间的“我们感”（we feeling）常常影响着中国人传播活动的结果（Gu, 1992）。Pye（1982）指出，在社会、政治或商务谈判中，任何个人欲求倾向都被视为团体等级与团体和谐的威胁或危害。

因此，知道如何创造一种好的“关系”是在中国人传播活动中实现和谐和运用能力的前提。Shenkar 和 Ronen（1987）认为，在交流活动参与者之间保持频繁的联系、发展双向理解、赠送礼物或给予帮助、建立个人信任和互惠关系是中国人创造良好关系的一些常见做法。

原理 14: 在中国人传播活动中，“关系”的提升可以带来“和谐”的发展进步。

原理 15: 在中国人传播活动中，建立特定关系的程度越高，建立“关系”的可能性越大。

定律 16: 一个人越是清楚地知道如何与他人建立相互关系，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律 17: 一个人越是能够清楚地分辨“团体内”和“团体外”的成员，在中国人传播活动中的能力就越强。

定律 18: 一个人的“我们感”越强，在中国人传播活动中的能力就越强。

面子 (Mientz, face)

面子，是指在交流活动中从他人的尊重里获得的声望、自信、或是脸面。一个人在社会中的特定社会角色可能有一种或多种；成功地扮演这些社会角色、得到其他社会成员的承认，可以为个人带来社会地位和声望。而面子正表现了这种地位和声望（Chu, 1988; Hu, 1944）。在中国社会中，为了维持一种和谐的氛围，有能力的传播者必须知道如何显示出对他人感受的尊重、或者说保住他人的面子。在中国社会中，任何故意使他人丢面子的行为都不仅会使他人在情感上感到难受，还会使其个人形象受损或受辱（Hwang, 1987; Jin, 1988）。因此，维持自己的和他人的面子意味着在关系网络中维持彼此的友谊。比如说，中国人若在谈判过程中失去对面子问题的控制力，就将意味着失去讨价还价的权力，任何建议都会被拒绝（Jia, 1997-8）。

保住彼此的面子很重要，这解释了为什么中国人会有所谓“先礼后兵”——尤其是在不可避免的冲突场合中。不仅如此，中国人为了保住面子常常借助中介来帮助自己解决问题。这种间接的传播模式使得中国人在社会交流中追求一种顺畅的语言和非语言互动。面子问题还让中国人尽量避免直接对别人的要求说“不”，尽量避免行为唐突——这些都被视为会有害于交流和关系的和谐氛围。于是，中国人会用一切方法为他们的交流对象“争面子”或是“给对方面子”，以建立和谐的交流氛围（Chiao, 1981; Chu, 1983）。一个人可以为他人争面子或是给他人的能力就成为衡量传播能力的一个标准（Chen, 1993）。

Silin（1981）和 Pye（1982）认为，保住面子作为日常交流中的一种行为技能，中国人不仅常常借之以管理现代社会组织，而且还利用它取得商业上的成功，尤其是运用于谈判。

比如说，Shenkar 和 Ronen（1987）发现，中国人参加谈判时更喜欢在最后做出让步从而保住双方的面子、维持和谐的关系。因此，面子问题成为中国人权力游戏中最具影响力的因素之一（Wang, 1992）。

从策略的角度说，寻找或创造机会向对方表达“人情”是中国为了“给对方面子”而最常使用的方法（Hwang, 1988）。通过这一过程，关系网络可得以逐步发展。不过，中国社会中，人情受到互惠原

则的约束。Hwang (1988) 指出, 中国人施人以惠时 (比如赠送礼物), 常常有意识或无意识地希望得到回报。如果没有回报, 双方的面子都会受到影响, 进而损害双方的关系而破坏和谐的氛围。如前所述, 互惠的原则要求人们在社会交流中显示相互间的责任。这种相互间的互惠责任关系会发展出一种“欠”的感觉, 让中国人总是准备着回报对自己有恩惠的人。因此, 中国人在传播过程中往往有着一种明显的矛盾或是焦虑, 因为他们很难确定交流的对方会在什么时候、什么情境下、以什么方式对自己有所回报 (Hwang, 1988)。基于此, 我们可以这样说, “面子”、“关系”以及这两个概念之间相互依赖的联系, 很大程度上决定了中国人交流活动成功与否。

原理 16: 在中国人传播活动中, “面子”的增长可以带来“关系”的发展进步。

原理 17: 在中国人传播活动中, “面子”的增长可以带来“和谐”的发展进步。

原理 18: 在中国人传播活动中, 对他人越尊重, 维护“面子”的可能性越大。

原理 19: 在中国人传播活动中, 对他人的人情越重, 维护“面子”的可能性越大。

定律 19: 一个人越是清楚地知道如何为他人长面子, 在中国人传播活动中的能力就越强。

定律 20: 一个人越是有办法帮助他人, 在中国人传播活动中的能力就越强。

定律 21: 一个人“受惠于人”的感觉越强, 在中国人传播活动中的能力就越强。

权力 (Quanli, Power)

权力是指为他人所重视的对资源的控制力。权力是为一个社会的成员们所认同的。在该社会中, 成员们相信他们应当听从某些特殊成员的指挥、需要寻求其欢心和支持, (Conrad, 1994)。一个人所运用的权力往往会社会交往中维持着交流参与者的行动和反应 (Folger, Poole 和 Strutman, 1993)。在中国社会中, 权力的基础有两种来源: “关系”和社会网络的等级结构。

Conrad (1994) 指出, 相互之间拥有良好关系的人们更易于遵从彼此的愿望或要求, 更容易相互视对方为更熟悉、更值得信任、更有力量者。此外, 如前所述, “关系”不仅能够用以避免冲突和尴尬, 还可以作为一种社会资源而在中国传播活动中创造影响力和控制力。Chiao (1988a) 指出, “关系”已经深入中国人生活的每个方面。比如, “关系”会帮助人们获得他们想在婚丧、工作、住房、医疗、娱乐及其他社会、文化、政治、经济活动中获得的东西。

中国社会的“五伦”指示了人类关系的一种等级和特定结构。就 Chen (1997) 看来, 这种社会网络的特殊结构将“权力”归于一个人所拥有的资历和权威。在受到儒家思想影响的社会中, 资历是权力和知识之所在。在中国社会中, 老者继续享受着较高的地位和尊重; 不仅在家庭中是这样, 在社会环境和工作环境中也是这样 (Bond 和 Hwang, 1986; Carmichael, 1991)。此外, 在社会交流活动中, 拥有较高资历者还在提出想法/做出决定方面享受着相对较多的自由。比如 Chung (1996) 指出, 老者在冲突的解决和协商方面拥有很多特权, 他们的资历被视同于可信度, 可以决定在交流活动中是采用合作的态度还是竞争的态度; 而这也常常带来社会关系中的变化, 包括对交流过程的控制和对他人影响的接受 (Griffin, 1967; Nadle, Nadler 和 Broome, 1985)。

特定关系的等级结构还赋予君王、父亲、丈夫、兄长和其他拥有权威的较高地位者以 (针对他人的) 更多的权力/控制力。因此当我们发现, 在中国传播活动过程中需要做出最后决定时权威往往会压倒知识和技术, 也就不足为怪了。比如说, Cai 和 Gonzalez (1997-8) 发现, 在中国的三峡项目中, 虽然知识和技术可以成为说服反对者的有力工具, 但是最终还是由政治领导人拍板。从文化上说, 政治领导人才被真正视为决策者和解决问题者。换言之, 对于中国社会来说, 在特定关系结构中享有更高地位的人在问题/冲突解决的过程中被看作更有见识。因此, 表现为资历和权威的“权力”, 和“关系”、“面子”一道, 在中国人传播活动中强化了和谐的最终目标。

原理 20: 在中国人传播活动中, 权力的适当运用可以带来“和谐”的发展进步。

原理 21: 在中国人传播活动中, “关系” 的加强可以带来 “权力” 的增强。

原理 22: 在中国人传播活动中, “资历” 的增长可以带来 “权力” 的增强。

原理 23: 在中国人传播活动中, “权威” 的提升可以带来 “权力” 的增强。

定律 22: 一个人的资历越深, 在中国人传播活动中的能力就越强。

定律 23: 一个人的权威越重, 在中国人传播活动中的能力就越强。

总而言之, “和谐” 是中国传播之轴, 由九辐相持: 仁、义、礼、时、位、幾、关系、面子和权力。这些概念的功能作用和相互联系构成了理想中国人传播活动的整体系统。它们之间的互动整合使得不断变化的中国人传播过程具有连续性。基于这一理论我们认识到, 对于中国人来说, 和谐是一种平衡的状态, 代表着实现了有能力的传播活动, 并由之达到人类传播的四个终极目标: 安全感、团结感、交流愉悦感和从交流中获益之感 (Chen, 1993; Hsu, 1987)。

讨论和总结

本文提出的理论是首次尝试在和谐概念的基础上对中国传播的普遍理论加以正式论述。作为中国文化的核心概念, “和谐” 是中國人在人类交流过程中追求的终极目标。“和谐” 也是中国社会衡量传播能力的主要标准。和谐原则受到中国文化中三种整体性本体假设 (包括 “变化”、“有序循环” 和 “不断运动”) 的约束。和谐的实现, 要求人们: 将 “仁”、“义” 和 “礼” 三个原则加以内化; 能够对 “时”、“位” 和 “幾” 三种因素加以适应; 对 “关系”、“面子” 和 “权力” 加以适当运用。共有 4 个命题、23 条原理和 23 条定律在文中得以总结。前三个假设叙述了中国文化的本体论基础, 它们引出第四个假设, 特别指出和谐是中国人传播行为的基础。除了第一条原理 (指出和谐与能力之间的关系, 从而成为其他原理/定律的基础) 之外, 所有原理都是从中国社会普遍范畴出发进行根本论述 (primary statements), 指出和谐与上述九个概念间的积极关系。除了定律 9 之外, 所有定律都是从中国社会普遍范畴出发、具有经验有效性的附属性阐述 (secondary statement), 指出传播能力与一些概念 (从上述九个概念中发展或推衍而来) 之间的积极关系。为了对概念间的关系进行直接的检测、从而理解中国人的传播活动, 未来的研究可以从间接来自这些原理或是直接来自这些定律的一系列假说开始 (Hawes, 1975)。

本文所建立的和谐理论设定了一种完整的方法, 中国人借之将连续性带入永不停止的人类传播变化过程。中国人传播活动的这种和谐视角与西方截然不同。西方文化将效率或者说目标的实现看作衡量传播能力的主要因素, 而中国人更多地强调通过恰当的做法和互惠的方式实现和谐 (Chen 和 Starosta, 1996)。本文的理论不仅反映了跨文化传播过程中的潜在问题, 而且为人们更好地理解中国传播、从而在与中国人进行交流时实现跨文化理解提供了极好的机会。

不过, 本文建立的理论不应该给读者们留下 “文化和传播是一种线性过程” 的印象。文化的动态性与复杂性本质告诉我们, 人类传播是一个多方面的过程; 在这一过程中, 首要的文化价值会被有意识或无意识地用作一种工具, 从而或明或暗地塑造其他核心价值。比如说, 权力在社会和政治混乱时会被滥用, 产生出消极的力量, 对和谐的道德要求形成极大的挑战 (Chen 和 Starosta, 1997-8)。Powers (1997-8) 对中国十年动乱期间冲突类型和管理策略的研究生动地说明了人们的行为如何偏离了中国传播的道德准则。Chen (1997) 的研究同样反映了这样的现象: 建立在资历基础上的由文化赋予的权威, 可以在决策过程中被用于为个人谋利。

此外, 等级关系和特定关系结构使得中国人对自己团体以外的人发展出一套非常不同的态度和行为。换句话说, 在中国人的传播过程中, 不遵守 “仁” “义” “礼” 原则的现象并不鲜见。比如, 为了与团体外成员竞争稀缺资源, 面子常常就顾不上了。中国文学中很多地方写到, 一些人为了在日常

交流中实现个人目的而运用承诺取得之策略 (compliance-gaining strategy)。这说明了中国传播的另一个方面, 此时“和谐”并没有能在规范中国人的行为方面扮演重要角色 (Chen, 1995c; Chen 和 Zhong, 1996; Chiao, 1988b, 1989; Chu, 1991; Cleary, 1988; Li, Yang 和 Tang, 1989, Senger, 1988; Wang, 1976)。这种矛盾现象为未来研究提供了很好的机会, 可以帮助人们更好地理解中国人的传播行为。

最后, 中国人的传播活动还有一个方面很有意思, 值得我们在未来的研究中进行深入探讨。若中国人在控制自身命运时感到无力, 他们很容易在传播过程中采用一种宿命的态度和做法。“命”和“运”代表了中国人性格的这一方面 (Chen, 1996; Chen 和 Starosta, 1997-8)。在这种情况下, 对于中国人来说, 是否与他人发生联系/是否要置身于日常生活的其他方面就由一个人的“命”来决定。比如说, 在关系的发展过程中, 如果一个人命中注定要和另一个人在一起, 他们就会将之视为“有缘”。相反, 如果他们不能在一起, 他们就会将之视为“无缘”。“命”和“运”一直对中国社会中“关系”的发展有巨大的影响 (Chang 和 Holt, 1993; Wen, 1988)。在这一方面进行深入研究, 一定可以为理解中国人的传播行为做出贡献。

* The article was originally published 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. Reprinted by permission of Sage.

* 本文最初发表于 V. H. Milhouse, M. K. Asante, and P. O. Nwosu (Eds.), *Transcultural realities: Interdisciplinary perspectives on cross-cultural relations* (《跨文化真实: 从跨学科的视角看待跨文化关系》) (pp. 55-70). Thousand Oaks, CA: Sage. 重刊已获 Sage 同意。

本文英文原发表于 [China Media Research. 2008; 4(4): 1-13]

References

- Becker, C. B. (1986). Reasons for the lack of argumentation and debate in the Far East. *International Journal of Intercultural Relations*, 10, 75-92.
- Benedict, R. (1946). *The chrysanthemum and the sword: Patterns of Japanese culture*. Tokyo: Charles E. Tuttle.
- Bond, M. B., & Hwang, K. (1986). The social psychology of Chinese people. In M. H. Bond (Ed.), *The psychology of Chinese people* (pp. 213-226). Hong Kong: Oxford University Press.
- Broome, B. J. (1996). *Exploring the Greek mosaic*. Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Cai, B., & Gonzalez, A. (1997-8). The Three Gorges project: Technological discourse and the resolution of competing interests. *Intercultural Communication Studies*, 7, 101-112.
- Carmichael, C. W. (1991). Intercultural perspectives of aging. In L. A. Samovar & R. E. Porter (Eds.), *Intercultural communication: A reader* (pp. 128-135). Belmont, CA: Wadsworth.
- Chai, C., & Chai, W. (1969). Introduction. In J. Legge (trans.), *I Ching: Book of Changes*. New York: Bantam.
- Chang, H-C. (1992, November). *From words to communication: Some philosophical implications for Chinese interpersonal communication*. Paper presented at the annual convention of Speech Communication Association, Atlanta, Georgia.
- Chang, H-C., & Holt, G. R. (1991). More than relationship: Chinese interaction and the principle of Guan-hsi. *Communication Quarterly*, 39, 251-271.
- Chang, H-C., & Holt, G. R. (1993). 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.
- Chen, D. C. (1987). *Confucius thoughts*. Taipei: Cheng Chuong.
- Chen, G. M. (1989). Relationships of the dimensions of intercultural communication competence. *Communication Quarterly*, 37, 118-133.
- Chen, G. M. (1993, November). *A Chinese perspective of communication competence*. Paper presented at the annual convention of the Speech Communication Association, San Antonio, Texas.

- Chen, G. M. (1995a, August). *A Chinese model of human relationship development*. Paper presented at the 5th International Conference on Cross-Cultural Communication: East and West. Harbin, China.
- Chen, G. M. (1995b). Differences in self-disclosure patterns among Americans versus Chinese: A comparative study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26, 84-91.
- Chen, G. M. (1995c, November). *A classification of Chinese persuasive communication strategies*. Paper presented at the annual convention of the Speech Communication Association, New Orleans, Louisiana.
- Chen, G. M. (1996, November). *Feng shui: The Chinese art of space arrangement*. Paper presented at the annual convention of the Speech Communication Association, San Diego, California.
- Chen, G. M. (1997, November). *An examination of PRC business negotiation styles*. Paper presented at the annual convention of the Speech Communication Association, Chicago, Illinois.
- Chen, G. M. (1998). A Chinese model of human relationship development. In B. L. Hoffer and H. H. Koo (Eds.), *Cross-cultural communication East and West in the 90's* (pp. 45-53). San Antonio, TX: Institute for Cross-Cultural Research.
- Chen, G. M., & Chung, J. (1994). The impact of Confucianism on organizational communication. *Communication Quarterly*, 42, 93-105.
- Chen, G. M., & Chung, J. (1997). The "Five Asian Dragons": Management behaviors and organizational communication. In L. A. Samovar and R. E. Porter (Eds.), *Intercultural Communication: A reader* (pp. 317-328). Belmont, CA: Wadsworth.
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (1996). Intercultural communication competence: A synthesis. *Communication Yearbook*, 19, 353-383.
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (1997-8). Chinese conflict management and resolution: Overview and implications. *Intercultural Communication Studies*, 7, 1-16.
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (1998a). *Foundations of intercultural communication*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (1998b). A review of the concept of intercultural sensitivity. *Human Communication*, 1, 1-16.
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (1999). A review of the concept of intercultural awareness. *Human Communication*, 2, 27-54.
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (2000). Communication and global society: An introduction. In G. M. Chen and W. J. Starosta (Eds.), *Communication and global society* (pp. 1-16). New York: Peter Lang.
- Chen, G. M., & Xiao, X-S (1993, November). *The impact of "harmony" on Chinese negotiations*. Paper presented at the annual convention of the Speech Communication Association, Miami Beach, Florida.
- Chen, G. M., & Zhong, M. (1996, November). *Dimensions of Chinese compliance-gaining strategies*. Paper presented at the annual convention of the Speech Communication Association, San Diego, California.
- Cheng, C-Y. (1987). Chinese philosophy and contemporary human communication theory. In D. L. Kincaid (Ed.), *Communication theory: Eastern and Western perspectives* (pp. 23-43). New York: Academic.
- Chiao, C. (1981). *Chinese strategic behavior: Some central principles*. Paper presented at the Conference on Content of Culture, Claremont, California.
- Chiao, C. (1988a). On *guanxi*. In K. S. Yang (Ed.), *The Psychology of Chinese people* (pp. 105-122). Taipei: Kuei Guan.
- Chiao, C. (1988b). An establishment of a model of Chinese strategic behaviors. In K. S. Yang (Ed.), *The Psychology of Chinese people* (pp. 431-446). Taipei: Kuei Guan.
- Chiao, C. (1989). Chinese strategic behavior: Some general principles. In R. Bolton (Ed.), *The content of culture: Constants and variants* (pp. 525-537). New Haven, Conn: Hraf.
- Chu, C-N (1991). *The Asian mind game*. New York: Rawson.
- Chu, J. L. (1988). The Chinese social interaction: a face perspective. In K. S. Yang (Ed.), *The Psychology of Chinese people* (pp. 238-288). Taipei: Kuei Guan.
- Chu, R. L. (1983). *Empirical researches on the psychology of face*. Doctoral dissertation, Taipei, Taiwan: National Taiwan University.
- Chu, S. (1974). *The interpretation of I Ching*. Taipei: Wen Hua.
- Chung, J. (1991, April). *Seniority and particularistic ties in a Chinese conflict resolution process*. Paper presented at the annual convention of Eastern Communication Association, Pittsburgh, Pennsylvania.
- Chung, J. (1992, November). *Equilibrium in the Confucianism-influenced superior-subordinate communication system*. Paper presented at the annual convention of Speech Communication Association, Chicago, Illinois.

- Chung, J. (1996). Avoiding a "Bull Moose" rebellion: particularistic ties, seniority, and third-party mediation. *International and Intercultural Communication Annual*, 20, 166-185.
- Cleary, T. (1988). *The art of war*. Boston, MA: Shambhala.
- Condon, J. C. (1977). *Interpersonal communication*. New York: Macmillan.
- Condon, J. C. (1984). *With respect to the Japanese: A guide for Americans*. Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Condon, J. C. (1985). *Good neighbors: Communicating with the Mexicans*. Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Condon, J. C., & Yousef, F. (1975). *An introduction to intercultural communication*. Indianapolis, IN: Bobbs Merill.
- Conrad, C. (1994). *Strategies organizational communication*. New York: Harcourt Brace College Publishers.
- Eberhard, W. (1971). *Moral and social values of the Chinese - collected essays*. Washington, DC: Chinese Materials and Research Aids Service Center.
- Epstein, M. (1995). *After the future: The paradoxes of postmodernism and contemporary Russian culture*. Amherst, MA: The University of Massachusetts Press.
- Fang, T. H. (1981). *Chinese philosophy: Its spirit and its development*. Taipei: Linking.
- Fingarette, H. (1972). *Confucius: The secular as sacred*. New York: Harper & Row.
- Folger, J. P., Poole, M. S., & Strutman, r. K. (1993). *Working through conflict*. New York: Harper Collins.
- Fung, Y. L. (1983). *A history of Chinese philosophy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Griffin, K. (1967). Interpersonal trust in small-group communication. *Quarterly Journal of Speech*, 53, 224-234.
- Gu, Y. J. (1992). Distinction of in-group and out-group. In C. Yiao (Ed.), *The Chinese renqin and mientz* (pp. 24-33). Beijing: Chinese Friendship.
- Gudykunst, W. B., & Nishida, T. (1984). Social penetration in close relationships in Japan and the United States. In R. Bostrom (Ed.), *Communication Yearbook*, 7. Beverly Hills, CA: Sage.
- Gudykunst, W. B., & Ting-Toomey, S. (1988). *Culture and interpersonal communication*. Newbury Park, CA: Sage.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Garden city, NY: Anchor.
- Harnett, D. L., & Cummings, I. I. (1980). *Bargaining behavior: An international study*. Houston, TX: Some.
- Hawes, L. C. (1975). *Pragmatics of analoguing: Theory and model construction in communication*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hsu, F. L. K. (1953). *Americans and Chinese: Two ways of life*. New York: Abelard-Schuman.
- Hsu, W. (1987). *The modernization of Chinese management*. Hong Kong: Hsin Lien.
- Hu, H. C. (1944). The Chinese concept of "face." *American Anthropology*, 46, 45-64.
- Hwang, K. K. (1987). Renqin and face: The Chinese power game. *American Journal of Sociology*, 92, 944-974.
- Hwang, K. K. (1988). The Chinese renqin relationship. In C. Y. Wen and S. H. Xiao (Eds.), *The Chinese: Their perception and behaviors* (pp. 43-70). Taipei, Taiwan: Ju Lieu.
- Hwang, K. K. (1997-8). Guanxi and mientze: conflict resolution in Chinese society. *Intercultural Communication Studies*, 7, 17-40.
- Jia, W. (1997-8). Facework as a Chinese conflict-preventive mechanism: A cultural/discourse analysis. *Intercultural Communication Studies*, 7, 63-82.
- Jin, Y. J. (1988). An analysis of face, shame, and Chinese behaviors. In K. S. Yang (Ed.), *The Psychology of Chinese people* (pp. 319-346). Taipei: Kuei Guan.
- Jacobs, B. J. (1979). A preliminary model of particularistic ties in Chinese political alliances: Kanching and Juan-his in a rural Taiwanese township. *China Quarterly*, 78, 237-273.
- Kapp, R. A.. (1983) (Ed.). *Communicating with China*. Chicago, IL: Intercultural Press.
- Legge, J. (1955). *The Four Books*. Taipei: Wen Yo.
- Leung, K. (1988). Some determinants of conflict avoidance. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 19, 125-136.
- Li, S. J., Yang, S. J., & Tang, J. Z. (1989). *Sun Tze Bin Fa and business management*. Hong Kong: San Lien.
- Lin, Y. S. (1988). *The social philosophy of Yin Chuan's Yi Chuan*. Taipei, Shen Wu.
- Lindin, O. G. (1974). Harmony with nature in Chinese thought and opposition to nature in Western thought. *The Journal of Intercultural Studies*, 1, 5-9.
- Liu, C. L. (1990). The cyclic view of I Ching and Chinese thinking. *China Yi Studies*, 123, 14-16 & 124, 13-18.
- Liu, C. L. (1992). *Chinese wisdom and system thoughts*. Taipei: Shen Wu.
- Ma, R. (1990). An exploratory study of discontented responses in American and Chinese relationships. *The Southern Communication Journal*, 55, 305-318.
- Ma, R. (1992). The role of unofficial intermediaries in interpersonal conflicts in the Chinese culture. *Communication*

- quarterly, 40, 269-278.
- Nadler, B. N., Nadler, M. K., & Broome, B. J. (1985). Culture and the management of conflict situations. In W. B. Gudykunst, L. P. Stewart, and Ting-Toomey (Eds.), *Communication, culture, and organizational processes* (pp. 87-113). Beverly Hills, CA: Sage.
- Nakanishi, M. (1987). Perceptions of self-disclosure initial interactions: A Japanese sample. *Human communication Research, 13*, 167-190.
- Powers, J. H. (1997-8). Conflict genres and management strategies during China's ten years turmoil. *Intercultural Communication Studies, 7*, 149-168.
- Pye, L. (1982). *Chinese commercial negotiation style*. Cambridge, MA: Oelgechlager, Gunn & Hain.
- Schneider, M. J. (1985). Verbal and nonverbal indices of the communicative performance and acculturation of Chinese immigrants. *International Journal of Intercultural Relations, 9*, 271-283.
- Senger, H. (1988). *The book of stratagems: Tactics for triumph and survival*. New York: Viking.
- Shenkar, O., & Ronen, S. (1987). The cultural context of negotiations: The implications of Chinese interpersonal norms. *The Journal of Applied Behavioral Science, 23*, 263-275.
- Silin, R. H. (1981). *Leadership and values: The organization of large-scale Taiwanese enterprise*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Stewart, E. C., & Bennett, M. J. (1991). *American cultural patterns: A cross-cultural perspective*. Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Wang, B. S. (1989). *Between Confucianism and Taoism*. Taipei: Han Kuan.
- Wang, J. D. (1976). *Sun Tze Bin Fa*. Taipei: Chuon Wen.
- Wang, Y. L. (1992). *Renqin and mientz*. In C. Yiao (Ed.), *The Chinese renqin and mientz* (pp. 34-45). Beijing: Chinese Friendship.
- Wei, Y. (1983). The importance of Being KEQI: A note on communication difficulties. In R. A. Kapp (Ed.), *Communicating with China* (pp. 71-76). Chicago, IL: Intercultural Press.
- Wen, C. I. (1988). An investigation of Chinese national character: A value orientation perspective. In I. U. Lee and K. S. Yang (Eds.), *The Chinese character* (pp. 49-90). Taipei: Kwei Kwan.
- Wilhelm, R. (1979). *Lectures on the I Ching: Constancy and change*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Wilhelm, R. (Trans.) (1990). *The I Ching*. Princeton, NY: Princeton University Press.
- Wolfson, K., & Pearce, W. B. (1983). A cross-cultural comparison of the implications of self-disclosure on conversational logics. *Communication Quarterly, 31*, 249-256.
- Wu, Y. (1964). The concept of change in I Ching. *Chuon Kuo Yi Chou, 754*, 19-21.
- Wu, Y. (1976). *The philosophy of Cheng in Chuon Yuon*. Taipei: Don Da.
- Yang, H. J. (1978). *Communicative competence in Formosan sociable events: A participant observation study*. Dissertation Abstracts International, 39, 2622A.
- Yum, J. O. (1988). The impact of Confucianism on interpersonal relationships and communication patterns in East Asia. *Communication Monographs, 55*, 374-388.

Towards Transcultural Understanding: A Harmony Theory of Chinese Communication

Guo-Ming Chen, University of Rhode Island
(Translator: J. Z. Edmondson, Zhejiang University)

Abstract: This chapter developed a general theory of Chinese communication from the perspective of harmony. Based on the nine concepts, including *jen* (humanity), *yi* (appropriateness), *li* (rites), *shi* (temporal contingencies), *wei* (spatial contingencies), *ji* (the first imperceptible beginning of movement), *guanxi* (inter-relation), *mientz* (face), and power, a total of four propositions, 23 axioms and 23 theorems were generated. The functions and interrelationships of these concepts form a holistic system that brings continuity into the endless transforming process of Chinese communication. It is hoped that the theory will serve as a mirror reflecting potential problems occurring in the intercultural communication and provide a great opportunity for reaching transcultural understanding while interacting with Chinese. [China Media Report Overseas. 2009; 5(2): 93-106]

Keyword: Chinese communication, *jen*, *yai*, *li*, *shi*, *wei*, *ji*, *guanxi*, *mientz*, power