

# 卓越公共关系理论研究三十年回顾与展望

黄懿慧 吕琛

## 摘要

始于1985年的卓越研究在公共关系学术史上占有重要地位,被学界广泛认为是20世纪80年代后期以来公共关系研究的主导理论范式。本文以时序发展为轴线,采用多重证据资料收集法对卓越研究在全球范围内的学术影响力、批评质疑、在地验证,以及在多元理论冲击与互联网环境下的再验证进行理论评述和后设分析。概括而言,卓越研究开启了公共关系的理论化进程,同时引导了公共关系研究从功能性的思维方式转向共创型的思维方式。卓越研究的关键概念“对等”成为理论出现后众学者质疑与一系列在地验证的焦点。在公共关系理论日趋多元的同时,卓越理论一直坚持的双向对等沟通与互联网所固有的去中心化、互动性、对话、赋权等特性不谋而合。通过系统梳理与分析,本文认为互联网所创造的新的信息环境与公共关系实践正在为倡导对等沟通的卓越理论提供新一轮的检验场域,卓越理论可能因此正在进入一个新的生命周期。

## 关键词

卓越研究、双向对等沟通、理论评述、后设分析

## 作者简介

黄懿慧,香港中文大学新闻与传播学院教授,邮件: yhuang@cuhk.edu.hk

吕琛,香港恒生管理学院传播学院助理教授,邮件: joannelyu@hsmc.edu.hk

## Retrospect and Prospect of Excellence Study in Public Relations Scholarship

Yi-Hui Christine Huang, Joanne Chen Lyu

## Abstract

Initiated in 1985, Excellence Study is a cornerstone in the history of public relations scholarship. It has been widely accepted as the dominant theoretical paradigm since the late 1980s. Using the method of multiple sources of evidence, this study chronologically conducted

theoretical review and meta-analysis on its international academic influence, questioning and criticism, local tests, and re-examination under the impact of diverse public relations theories in the Internet era. In sum, Excellence Study not only opens up theorization of public relations as a field but also promotes the transition of public relations research from functional perspective to co-creational perspective. As the core concept of Excellence Study, symmetry was the focus of scholarly questioning and tests in different cultural and societal contexts. The two-way symmetrical communication advocated by Excellence Study coincides with the characteristics of de-centrality, interactivity, dialogue, and empowerment inherent in the Internet. Through examination and analysis, this study concluded that the information environment created by the Internet and the corresponding change in public relations practice may provide an opportunity for the new-round tests of Excellence Study, which may propel the theory to a new era.

### Keywords

Excellence Study, two-way symmetrical communication, theoretical review, meta-analysis

### Authors

Yi-Hui Christine Huang, professor in the School of Journalism and Communication, The Chinese University of Hong Kong. Email: yhuang@cuhk.edu.hk.

Joanne Chen Lyu, assistant professor in the School of Communication, Hang Seng Management College. Email: joannelyu@hsmc.edu.hk.

## 一、引言

公共关系被认为是一种实践的学科，很长时间以来，对于公共关系的探讨停留在实践与功能的探索上。尽管如此，对公共关系工作何时有效，高效的公共关系能为组织带来何等益处，以及为什么不同的组织会以不同的方式展开公共关系实践这三个基本问题的回答始终缺少共识。在20世纪70年代中期的美国，公共关系无论在实践层面还是理论层面得到了长足发展，但仍然缺乏建立于科学研究和扎实理论基础上的发现与见解。“当组织的管理者期望公共关系会带来奇迹，但又很少有理论能够指引公关从业者应该如何开展工作，并解释公共关系可能会为组织带来什么效果以及原因何在时，为组织传播活动提供科学的根据就是一项艰难的工作”（格鲁尼格，2008:2）。意识到科学回答这些重要议题对公共关系未来发展的重要性，1985年，国际商业传播者协会（IABC, the International Association of Business Communication）资助了James Grunig所带领的包括Larissa Grunig, David Dozier, Jon White, William Ehling和Fred Repper在内的研究小组开始了一项研究。该研究被命名为公共关系与沟通管理的卓越研究（excellence in public relations and communication

management), 简称卓越研究 (excellence study)。简言之, 卓越研究试图回答一个“根本性问题”: 公共关系怎样、为什么以及在何种程度上影响到组织目标的达成? 研究历时15年, 包括了加拿大、英国以及美国三个国家, 针对327个组织进行问卷调查以及深入访谈, 包含了1700个问题以及涵盖了25个质化的个案研究, 总共访问了3400个组织中的员工、CEO和传播部门的负责人员。

研究成果主要体现在三本书中, 分别是1992年出版的《卓越公共关系与传播管理》(*Excellence in Public Relations and Communication Management*), 1995年出版的《卓越公共关系与传播管理经理指南》(*Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management*), 以及2002年出版的《卓越公共关系与有效的组织: 三个国家的传播管理研究》(*Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries*)。卓越研究的概念框架在1992年的《卓越公共关系与传播管理》中得以详细阐述, 而后续的两本著作则分别报告了用量化与质化方法进行实证研究的结果。三本书从不同的角度出发, 利用不同的方法, 关注不同的重点, 但是, 共同对公共关系对组织的价值作出了解释, 并提出了一系列理论原则, 阐述能够对组织效益有所贡献的公共关系部门或是传播沟通部门所应具有的特质。对这两方面的具体研究发现如下:

首先, 公共关系对组织的价值主要体现在两个方面。第一, 帮助组织达成其与战略公众 (strategic publics) 间所设定的目标; 第二是帮助组织建立与战略公众之间长期且良好的关系。在这两个主要的贡献之下, James Grunig与Larrisa Grunig具体指出, 公共关系可以在以下五个执行层面的维度协助组织的战略管理: 一是参与组织的决策过程, 界定会对利益相关方 (stakeholder) 可能造成的影响; 二是进行利益相关方与公众的区隔化 (segmentation); 三是使用传播工具或沟通来建立并维护与战略公众之间的良好关系; 四是影响管理层的行为; 五是进行关系质量的评估。此外, 研究还发现卓越公共关系对提升组织的投资回报 (ROI, return of investment) 亦有所贡献。

再者, 相对于一般的公共关系与沟通实践, James Grunig的研究团队提出了10点卓越公共关系原则 (generic principles of excellent public relations):

1. 战略管理 (strategic management) 必须成为公共关系实践的核心。

2. 必须将公共关系纳入组织的权力中心 (dominant coalition); 至少, 公关必须得以向组织的资深管理部门直接汇报。

3. 公共关系必须具备集成性功能。

4. 公共关系必须与其他管理职能进行区分 (譬如: 行销部门)。

5. 公关部门应由管理人员（非技术人员）领导。
6. 公共关系应使用双向对等沟通模式。
7. 公关部门必须具备管理与对等沟通的知识。
8. 组织内部必须实施对等沟通系统。
9. 组织内部必须采用多元化的理念，尊重女性、尊重少数民族及弱势族群。
10. 组织必须恪守企业道德，并履行社会责任。

简言之，卓越理论是一整套理论的名字，包含了一系列中层理论（middle-range theories），如公众理论、公共关系和战略管理、公共关系模式、公共关系评估、雇员沟通、公共关系角色、性别、多样化、权利、激进主义、道德与社会责任、全球公共关系等（Grunig, 2009）。卓越理论特别强调对等沟通（symmetrical communication），认为无论是单一使用双向对等沟通模式，还是将其与双向不对等沟通模式（two-way asymmetrical communication）混合使用，在培养建立与维系良性关系上均优于其他沟通模式，即新闻代理模式（press agency）与公共资讯模式（public information）。同时，卓越理论认为公共关系只有具备了对等的特质时，才可能是最有价值的（Grunig, 2011）。

从卓越研究的启动到今天，逾三十年的时间里，卓越研究始终是公共关系历史上史无前例的最大规模的学术研究，其研究成果成为学界广泛认可的“20世纪80年代后公共关系研究的主导理论范式”（Coombs & Holladay, 2012; Heath, 2013; Macnamara, 2012）。尽管如此，从理论产生之日，公共关系学者就分为两派，卓越派与反卓越派学者间针对卓越理论的辩论成为数十年间公共关系学界的焦点。换言之，卓越理论可谓公共关系历史上最具影响力的毁誉参半的理论。鉴于卓越研究在公共关系学术史上的重要地位及相关系统梳理与研究的不足，本文意在回答如下问题：

1. 卓越研究的学术影响力为何？
2. 反卓越派学者对卓越研究的主要质疑与批评为何？
3. 卓越派学者如何作出回应？
4. 卓越研究对后起理论的影响及所受冲击为何？
5. 互联网环境下，卓越研究的发展潜力为何？

## 二、研究方法

本文以时序发展为轴线，采用Card（2011）的理论评述（theoretical review）与后设分析法（meta-analysis）对所收集的资料进行分析，进而对本文第一部分提出

的研究问题作答。在资料收集方面,本文遵循Yin(1994)的多重证据资料收集法(multiple sources of evidence),选取以下四类研究:

(1)国内外公共关系研究领域采用严谨的学术研究方法所进行的有关公关学术史的综述性及历史性研究,包括:2004年Bortan和Taylor发表于Journal of Communication的文章,该文对公共关系作为一个学术研究领域进行历史的梳理及现状的分析;Toth于2009年编著的《卓越公共关系及传播管理的未来:下一代的挑战》(*The Future of Excellence in Public Relations and Communication Management: Challenges for the Next Generation*),该书展望了卓越公共关系的未来;Pasadeos, Berger和Renfro(2010)通过文献计量分析法对21世纪初期公共关系学术研究成果进行分析;Huang和Lyu(2013)对卓越理论出现后二十年间对学术领域的影响进行的引文分析;郭惠民和廖为建(2000)基于二人与Grunig的学术对谈,发表的“关于公共关系学若干基本问题的国际对话”;陈先红、郭丽和殷卉(2005)对中国过去十年公共关系研究的梳理;以及Hu, Huang和Zhang(2015)用口述历史和历史文献分析法,探讨现代性语境下的中国现代公共关系的变迁。

(2)以卓越理论或其重要概念作为理论基础或研究焦点的国内外重要学术论文,包括:Schneider(1985)、Lauzen(1986)对于组织沟通模式的实证研究,Miller(1989)、Heath(1992)、Lauzen和Dozier(1994)、Culbertson(1995)、Karlberg(1996)、Porter(2010)、Coombs和Holladay(2012)对于对等沟通与说服的伦理道德问题及有效性的讨论与研究,Leichty和Springston(1993)及Laskin(2012)对于Grunig提出的双向对等模式是唯一最佳模式的质疑与批评,Murphy(1991)及Meiden(1993)对双向对等模式是否为乌托邦式模式的论述,孙秀蕙(1995)及L'Etang等人(2015)对上述两个讨论焦点的论述与研究,Huang(1990, 2004, 2012)、Lyra(1991)及Sriramesh(1992)对卓越理论在世界多地的在地研究,以及Grunig等人(1995)对台湾地区、印度、希腊三地组织所采用的公关模式进行的后设分析。

(3)公共关系领域中,与卓越理论有共通性、抗争性、竞争性的理论与研究,包括:Freeman(1994)、Buchholz和Rosenthal(2005)、Schwarzkopf(2006)对利益相关方理论进行阐述与研究,Welch(2006)对关系管理理论进行的实证研究,Cameron(2006)发展的随机应变理论,Murphy(1996)阐释的混沌理论,与混沌理论有共通之处的Snowden(2000)的繁复理论,Allen与Caillouet(1994)、Sturges(1994)、Benoit(1995)、Bradford和Garrett(1995)发展的危机沟通管理

中的一系列理论,以及Yu和Wen(2003)、Huang(2005)对于危机沟通管理理论在华人社会的发展与延伸。

(4)在互联网环境下,涉及到卓越理论的近期主要实证研究,包括:建议企业调整沟通策略、进行对等沟通的孙秀蕙(2000),在西班牙检验博物馆运用官方网站与公众进行双向沟通的L'Etang等人(2012),对大学网路公关策略进行研究的刘正道(2003),探究沟通模式与媒体负面曝光率的Wigley和Lewis(2012),以及对于数字化公共关系研究中所采用的理论基础进行探究的Huang,Wu和Huang(2016)。

上述研究涵盖了量化研究与质化研究,所涉及的具体研究方法包括:文献计量分析法(Bibliometric Analysis)、引文分析(citation analysis)、内容分析、问卷调查、参与式观察、口述历史、历史文献分析等。所收集文献资料时间跨度逾三十年,始于Schneider(1985)等人在前卓越理论阶段的对等公共关系模式的研究与探索,终至Huang,Wu和Huang(2016)对数字化公共关系研究进行的内容分析,以及Hu,Huang和Zhang(2015)对现代性语境下中国公共关系史的系统探索,从中发现卓越理论对中国公共关系学界的重大影响。

### 三、卓越研究的学术影响力

2004年Botan和Taylor在《传播期刊》(*Journal of Communication*)上发表文章介绍并回顾了公共关系研究领域的发展历史与现状,总结得出:作为卓越研究的关键概念,“对等沟通”是20世纪80年代后期至今公共关系研究的主导理论范式,其后的公共关系学者亦普遍认同(Coombs & Holladay, 2012; Heath, 2013; Huang & Lyu, 2013; Macnamara, 2012)。Botan和Taylor(2004)具体指出,公共关系在过去20年的研究中最显着的趋势就是从功能性的思维方式(functional perspective)转向对等沟通所倡导的共创型的思维方式(co-creational perspective)。功能性的思维方式在公共关系研究早期十分盛行,认为公众与沟通都是帮助组织实现目标的工具,而共创型的思维方式认为公众和组织是沟通与意义的共创者(co-creator)。Botan和Taylor承认社群理论(community theory)、共同导向理论(co-orientation theory)、顺应理论(accommodation theory)以及对话理论(dialogic theory)等都是持共创思维方式的研究,但“研究最深入彻底的理论是倡导对等的卓越理论”(Botan&Taylor, 2004:652)。

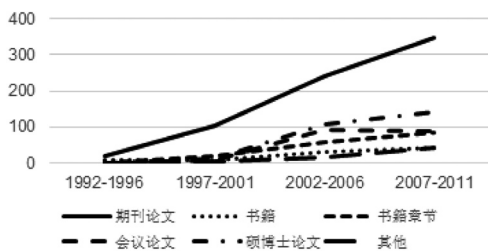
2009年,Toth(2009)汇聚了包括Berger、Hallahan、Heath、Hon、Hung、Rhee、Sha、Spicer、Sriramesh、Sung等多位国际公共关系学者,围绕卓越研究理论



发展及蜕变的前瞻,编辑了《卓越公共关系及传播管理的未来:下一代的挑战》一书。书中讨论关于卓越研究理论的推进,探讨在卓越理论的基础上添加新的面向和方针,更展现如何将卓越研究推向全球发展的可能路径。学者们提议未来的研究应延续卓越理论建构,以提升对战略公共关系管理的了解,进而对组织及社会的公共关系传播作出贡献。

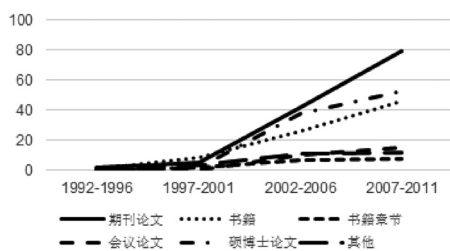
2010年,Pasadeos,Berger和Renfro用文献计量分析方法梳理2000至2005年间公共关系的学术研究成果,发现被引用最多的是代表卓越研究的三本著作。1999年,Pasadeos,Renfro和Hanily同样用文献计量分析法对1990至1995年间发表的公共关系学术成果进行分析,按被引次数的多寡进行排序,卓越研究团队1992年出版的《卓越公共关系与传播管理》排位第八,而排位前七的著作均发表在1989年之前。在2010年的研究中,他们发现在被引次数排行榜上,1992年的《卓越公共关系与传播管理》位列第二,1995年出版的《卓越公共关系与传播管理经理指南》位列第四,2002年出版的《卓越公共关系与有效的组织:三个国家的传播管理研究》位列第十。总结研究发现,Pasadeos,Berger和Renfro认为作为公共关系的主导理论,卓越理论促进了公共关系领域的重大变革,即将焦点越来越多的集中在公共关系理论的发展上。

2013年,Huang和Lyu用引文分析的方法检视在卓越理论的第一本著作出版后的20年间(1992-2011),理论被引用的情况,试图呈现卓越研究对不局限于公共关系的所有学术领域的影响图景。研究发现,从引用数量上看,卓越研究对于学术的发展影响深远。研究将1992到2011的二十年,以每五年为一个时间区间分为四段;将研究成果分类为:期刊、学术书籍、书籍章节、会议论文、硕士/博士论文及其他。研究发现,各个类别的研究成果(包括英文与非英文研究)在四个时间段内均呈现上升趋势(参见图一及图二)。



图一英语研究成果引用卓越研究的次数趋势图, 1992-2011

数据来源: Huang &Lyu (2012)



图二非英语研究成果引用卓越研究的次数趋势图, 1992-2011

数据来源: Huang &Lyu (2012)

卓越理论影响的地理范围、语言、学科种类也在不断扩大。到2011年底，卓越理论被除英文外的24种语言的学术研究引用共计385次，表一列出排位前十的非英语语言及其引用情况，其中，中文研究引用次数位列第八。Huang和Lyu（2012）的研究还发现1992-2011年间，引用卓越理论的期刊及图书的出版商分别来自15和14个国家（见表二）。研究特别发现，有16个国家的硕博论文对卓越研究有所引用（见表二），且引用的频率在上述四个时间段内呈持续快速增长趋势。这一发现在一定程度上预示着已经问世了二十多年的卓越理论对未来公共关系学界的持续影响力。

表一非英语的学术研究

排位	语言类别	引用次数	比例
1	德语	81	21
2	葡萄牙语	69	17.9
3	西班牙语	51	13.2
4	斯洛文尼亚语	30	7.8
5	瑞典语	26	6.8
6	意大利语	20	5.2
7	法语	19	4.9
8	中文	12	3.1
	韩语	12	3.1
9	芬兰语	11	2.9
10	印度尼西亚语	6	1.6
	丹麦语	6	1.6
	荷兰语	6	1.6

表二地理范围

期刊出版商			图书出版商			硕博士论文	
国家 / 地区	数量		国家 / 地区	数量		国家 / 地区	数量
美国	343		美国	184		美国	203
英国	283		英国	78		澳大利亚	12
荷兰	23		加拿大	19		英国	8
南非	21		德国	15		南非	7
澳大利亚	12		澳大利亚	3		芬兰	5
加拿大	8		印度	3		瑞士	5
印度	4		芬兰	2		中国	4
韩国	3		法国	2		新加坡	4
罗马尼亚	3		荷兰	2		丹麦	3



尼日利亚	2		新西兰	2		新西兰	3
瑞典	2		意大利	1		瑞典	3
丹麦	1		新加坡	1		加拿大	2
德国	1		南非	1		德国	2
立陶宛	1		西班牙	1		韩国	1
马来西亚	1					台湾	1
						越南	1

数据来源：Huang &Lyu (2012)

此外，卓越理论对中国公共关系研究影响亦十分深远。胡百精（2016:75）认为，西方公关理论对中国公关界的影响，是在中国公关学界与多位西方理论的代表人物的接触中完成的；其中“格鲁尼格的‘卓越公关理论’对中国公关学界影响至深，他所倡导的双向均衡公关模式至今仍被奉为圭臬”。陈先红、郭丽和殷卉（2005）通过对中国以往十年公共关系研究的梳理，将主要研究划分为行业公共关系、公共关系基本理论及公共关系管理等主题。她们的分析显示，直至2005年，卓越理论仍为影响中国公共关系管理研究主题之代表流派。此外，以口述历史和历史文献分析为研究方法，Hu，Huang和Zhang（2015）探讨现代性语境下的中国公共关系史，发现从1993年始，《公共关系报》等专业报刊开始长篇连载Grunig的论文并展开对双向对等沟通的讨论。“公共关系四种模式”、“双向对等沟通”等卓越理论的重要概念成为了上个世纪九十年代末中国大学中公共关系课程的必备内容。因此，1990年代中国公关界开始系统地学习西方公共关系理论，其中最受中国公关学界重视的当属Grunig的卓越理论。

事实上，中国公共关系学界对于卓越理论并未停留在简单的理论学习，而是展开了一场“对话”和更深远的思考。自1996年，James Grunig参加中国国际公共关系协会的第一届大会起，在随后三四年的时间里，郭惠民、廖为建与Grunig通过电子邮件等方式进行了学术对谈，成为卓越理论在中国普及之重要推力。他们据此写成的《关于公共关系学若干基本问题的国际对话（上、下）》（郭惠民，廖为建，2000）连载于2000年上半年的《国际关系学院学报》，亦成为中国学界引用最多的公共关系专业文献之一。不仅如此，廖为建教授更在Grunig卓越理论十大原则的基础上，结合中国情境和当时中国公共关系实践，从公共关系在组织中的地位、作用机制、运作能力、专业表现和效果方面提出了中国式卓越公共关系十五项标准（廖为建，2006a）。这十五项标准后来经过郭惠民教授的修改、补充、翻译，最终发表于美国的《公共关系新闻》，让英文读者了解到从“应然”角度提出的有中国特

征的卓越公共关系标准（廖为建，2006b:39）。Grunig的“十大原则”和廖为建的“十五项标准”不仅对学界影响重大，也激起业界的反思。一些公共关系从业者跳出中国社会旧有的对公共关系的片面甚至庸俗化的认识，开始用卓越公共关系的标准去检视和评估企业公共关系的行为（秦祎，2012；王睿，2006）。而卓越理论的最主要的译者北京国际关系学院的郭惠民教授更是回应Grunig，“不要受西方国家公共关系经验的影响，而要独立地提出中国卓越公共关系”的建议，指出卓越理论是开放且与时俱进的，他鼓励中国的中国公共关系界因应国际政治、经济、社会、科技的变化，“以自己的思想力和原创力，独立地归纳总结提炼出一些具有中国特色的卓越公共关系标准”（郭惠民，2006:40）。

#### 四、反卓越派学者的主要质疑与批评

Grunig所领导的团队主张的卓越公共关系认为，首先，对等公共关系模式尊重利益相关方的权益，不以功利动机为出发点，可以增进组织与利益相关方间彼此的了解，就长期的稳定性来看，最能维持公共关系的效果。第二，以道德的观点来看，双向对等沟通模式不以说服为目的，而且不蓄意操控公众，也最符合理想性的社会角色，在平等互惠为出发点的基础下，双向对等是卓越公关的主要条件之一。然而，Grunig对于双向对等沟通模式的强烈主张，引起学者与实务工作者极大的回响与辩论。根据Huang（2004），反卓越派的批评大致围绕：（1）对等沟通真的有效吗？（2）双向对等沟通、说服与伦理道德规范的关系；（3）卓越理论的适用性问题；（4）双向对等沟通模式是不是仅为规范性模式而无法存在于现实社会中？本节将围绕这几方面，对反卓越派的观点进行理论评述，卓越派的相关回应将在文中下一节评述。

第一点，对等沟通真的有效吗？理论虽然显示有许多有关于对等沟通支持的论证（譬如Berger，2007；Grunig&Grunig，2008；Kim et. al.，2013），但是，主要证据来自于对于另外三个不对等的沟通模式的反证（Stokes&Rubin，2010）。例如，Schneider（1985）发现，没有任何一个组织采用双向对等沟通模式，但是也没有任何一个组织采用不对等的沟通模式成功降低了与反对公众间的冲突。Lauzen（1986）发现，那些综合性使用新闻代理及双向不对等模式的特许经营企业，成功的减少了与特许经营权拥有者之间的冲突。由于他们是把这三种模式混合在一起使用的，因此我们不能得出双向对等模式独自使用时是否更有效的结论。换言之，对于双向对等沟通模式的支持来自于对其他三个不对等模式有效性的否定，但是并没

有关于对等沟通有效性的直接证据支持。

第二点批评的焦点在于双向对等沟通、说服与伦理道德规范的关系。卓越公关理论批评说服是一种不符合伦理规范的说法也受到一些学者们的质疑（Coombs&Holladay, 2012; Porter, 2010）。Grunig认为，双向对等沟通符合伦理道德规范，而说服是对公众语言与行动的操控，不符合对等沟通的精神，亦有违传播伦理规范，对于企业追求卓越表现而言会有相当程度的损害。然而Heath在1992年提出不同的看法，他认为公共关系从业人员受雇于企业组织，凡事会以客户利益为主要的考虑并借此向社会大众进行说服的活动，这是属于专业的职责，也是工作的常规。只要说服者的动机被充分理解而且在说服的过程当中不涉及蓄意的欺骗或误导，此种说服应该不会涉及伦理问题。亦有学者，如研究说服的Miller（1989）主张公关与说服实为一体两面。近期的研究延续了关于对等沟通模式的质疑。Porter（2010）提出，虽然对等沟通在公共关系管理中广为推崇，但其忽略了公共关系的最为重要的组织传播目标——说服。Coombs与Holladay（2012）亦提及卓越理论的一个限制为，未能有效解释对等沟通对抗争者的挑战（activist challenge），因此他们提出以批判的角度去考虑权力和说服活动的角色，并将其包括在卓越理论之中，扩展理论的应用性。

第三点批评围绕着理论的适用性问题，焦点在所谓的唯一的最佳模式（the one best style）（Laskin, 2012）。Leichty和Springston（1993）质疑所谓唯一最佳模式的论点，他们认为公共关系模式应该都是比较性的、相对的，而非所有利益相关方及组织都需使用唯一的公关模式；换言之，两位学者认为其实要使用哪一个公关模式或是哪一个公关模式是最有效的，应该依据组织的类型、不同利益相关方、不同情境做决定，而非像James Grunig所认为的任何情况下双向对等沟通都是最佳的模式。他们质疑Grunig对公关模式的思考，认为公关目标与效果测量因个案而异，将公关实践简单化忽略了现实世界的复杂性，实践中可能有更重要的因素影响公关模式的选择（Laskin, 2012；孙秀蕙，1995）。而这点批评的延伸恰恰是理论的全球适应性问题，即在不同的政治、经济、文化系统里，卓越理论所倡导的双向对等一系列原则是否同样适用（L'Etang et. al, 2015）。

第四点批评是，双向对等沟通模式到底是一个规范性的模式还是一个实际存在于现实社会中的模式？Lee（2015）在回顾公共关系理论历史发展时，以批判性角度提出对卓越沟通模式的反思。他认为，卓越模式强调的对等沟通，一方面成为了全球公共关系模式的研究典范，另一方面也同时使得公共关系研究受到卓越研究范

式的限制,忽略了社会中其他影响公关活动的因素。L'Etang et. al (2015)、孙秀蕙(1995)以及Meiden(1993)均认为,双向对等模式主要是规范性的,论述了组织应该如何做,但是并不能反映现实社会中组织实际采用的公关模式。他们认为Grunig提出的是“应然”的公关理论,与“实然”的公关实务存在很大鸿沟,指出Grunig忽略了现实中的组织与个人的限制因素,使双向对等沟通几乎不可为。孙秀蕙(1995)进一步指出,从公关业者的角度看,企业的主要目标在于赚取利润,要求企业放弃利益转而与反对者进行对等沟通,实在难以为之。与之相似,Murphy(1991)将双向对等沟通模式类比为纯粹合作模式,认为双向对等沟通模式其实在现实社会中是难以发现的,因为其过于理想,是一种乌托邦,对组织而言,组织会追求利益最大化,并不会把利益相关方的利益看作为主要的出发点。她进而认为,与纯粹双向对等的模式相比,混合动机模式更好地描述了公共关系人员在实践中的所作所为。换言之,对等世界观的批评者,包括从业者和理论研究者,认为这一世界观不切实际和过于理想化。他们指出,组织之所以聘请公共关系人员就是为了使他们成为组织的倡导者,而非使他们成为“做好事者”(go-gooders),也非拿出一套“屈服于”外部组织或个人的、不能完全满足组织利益的互动议程。简言之,这些批评者坚信,组织不会聘用不能按照非对等的思路开展公共关系工作的人,因为将对等沟通模式视为卓越公关的重要准绳,似乎与企业追求利益的目标格格不入。

综上,1980年至2010年间,整个公共关系的学术界对双向对等沟通的辩论持续了将近三十年之久,在每一次的国际会议研讨上,相当数量的论文是针对双向对等沟通模式提出复证、检验、讨论、支持以及辩论,热烈程度极高。

## 五、卓越派学者的回应与相关实证研究

面对卓越理论的批评与质疑,卓越理论的支持者进行了回应及一系列的实证研究,对理论加以验证和丰富。卓越理论相信互惠规则(norm of reciprocity),认为组织必须认识到通过满足公众的需求,他们能够获益更多。互惠规则的概念是功能主义社会学家Alvin Gouldner(1960:174)提出的职业道德准则中全球适用的部分,他认为“利己主义本身也包含了利他主义,这由互惠行为而产生……利己主义能够激励人们去满足对方的期望,因为通过这种方式,一方就会促使对方在互惠规则的基础上满足自己的需要”。卓越理论认为兼顾组织与其他利益相关方的利益,事实上是卓越公共关系部门持有的更务实的观点,即认为公共关系是一种彼此协商和妥

协的过程，而不是一场为了权力而展开的战争。从长远看，对等的世界观更符合组织的利益：当组织为了公众利益而放弃部分自身利益时，反而能够获得更多。那些认为公共关系就是促使人们按照企业所希望方式行事的世界观，只会把组织引向无效果的状况，不利于组织的长远利益。Pavlik（1989）运用博弈论的方法，对双向不对等模式和双向对等模式分别给组织所带来的收益进行了对比。他指出，在组织里公众拥有更多权力的情况下，组织会从双向不对等的公共关系中获得更多的收益。然而，现在公众已经比以前有了更多的权力；在双方权力大体相同的情况下，组织应会从对等的公共关系中获得更多的收益。

有关双向对等沟通模式有效性的探讨，仅仅停留在观点交锋的层面并不能真正说服多数人。Huang（2004，2012）的多个实证研究发现似乎为这一模式的有效性提供了更为有力的辩护。她的一系列研究探讨了如何评估公共关系的有效性、如何测量公共关系的价值；这一直是学界与业界关注却难以回答的问题。Huang（2012）用问卷的方式对美国、欧洲及香港地区的数百名公共关系从业人员进行调查，进而开发出具有文化普适性的公共关系价值评估量表（Public Relations Value Assessment, PRVA）。她提出公共关系价值是一个包含两个层面的多维度概念。具体而言，公共关系的有效性包括公共关系层面的有效性及组织层面的有效性，公共关系层面的有效性具体体现在媒体报导、组织与公众关系及组织声誉方面，组织的有效性体现在创造收益及降低成本方面。她的实证研究发现，双向对等沟通在公共关系价值的五个层面均有贡献。不仅如此，研究还发现对等沟通对于冲突解决和组织的危机管理有着非常强大的预测能力，换言之，双向对等沟通对于提升组织有效性，尤其是冲突解决和危机管理方面做出重要贡献。简言之，Huang（2012）有关冲突解决可以体现公共关系价值的实证研究，不仅为 Van der Meiden（1993）等学者批评对等世界观不切实际的观点提供了反证，也间接提供其有效性的证据。

公共关系理论中有关不对等沟通与伦理道德的关系的论述大致分为两类：一类认为两者可以共存，而另一类以Grunig为代表，认为如果公共关系遵循双向对等模式的基本原则，那么它在本质上一一定是符合伦理道德规范（Grunig&Grunig，1996:40），而如果其他公共关系模式所采用的原则规范符合伦理道德时，它们也可被认为是道德的，只是不对等但合乎伦理道德的公共关系虽然可能存在，但是这种组合难度实在太大。多个实证研究也一定程度上支持了Grunig主要观点：Karlberg（1996）及Lauzen和Dozier（1994）的研究证明了组织的对等世界观有利于组织实现其公共关系的伦理道德特质，如关注道德规范和社会责任等；Culbertson



(1995) 提出世界范围内有效公共关系三点原则之一即是双向对等的实践。跳脱出对西方社会的关注, Huang (2004) 发表于《商业伦理期刊》(*Journal of Business Ethics*) 的“对等沟通是符合伦理道德且有效的吗?”, 通过三组问卷调查探索台湾地区社会中对等沟通与伦理道德沟通的关系。研究发现, 虽然在概念层面, 可以将对等沟通与伦理道德沟通区分开来, 但数据表明两者总是会聚合成一个因子, 即在现实中将两者进行区分的尝试被证明无效。尽管实证研究并不能完全结束有关说服是否符合伦理道德的争论, 但至少, Huang (2004) 的研究证明了Grunig的论断, 双向对等的公共关系模式在本质上是符合伦理道德的。换言之, 不论说服与伦理道德的关系为何, 双向对等沟通是符合伦理道德的观点得到了实证的支持。

此外, Grunig认为双向对等是唯一最佳且具有全球普适性的模式, 这也引发质疑, 批评者认为在不同的环境下, 可能其他的公共关系模式更加有效, 例如随机应变理论(contingency theory), 其支持者认为组织的策略选择与沟通方式视组织类型、情境等具体情况而定, “相机行事”, 而不存在一个放之四海皆准的最佳模式。此外, 亦有人认为双向对等沟通的实践可能只在美国、英国、加拿大这三个卓越理论的研究地零星存在, 在其他国家地区这一模式可能从未被实践过。对此, 多位学者就曾针对卓越理论在不同国家、不同类型的组织中的应用进行研究, 如希腊、印度和台湾地区等。研究发现, 公共关系的四种模式, 即新闻代理模式、公共信息模式、双向不对等模式、双向对等模式在非英语文化(non-Anglo culture)的社会文化中同样存在, 但略有差异。Sriramesh (1992) 对印度南部的公关从业人员进行调查发现, 他们对双向不对等以及对等沟通的模式反应积极, 认为公共关系应该是双向的且应该建立在研究的基础上, 很多人亦宣称他们在进行双向沟通前会进行调查研究。但有趣的是, 通过深入观察这些公关从业者的工作并请他们列举出典型的工作内容后, Sriramesh (1992) 认为印度公关人员的工作更具备典型的新闻代理模式与公共信息模式的特点。最后, Sriramesh (1992) 总结, 双向沟通被印度的公关从业者认为是理想的公共关系模式, 但在当时, 印度的公关实践还没有进入到成熟的双向沟通模式。与Sriramesh (1992) 的研究发现近似, Lyra (1991) 在希腊的量化研究发现, 希腊的公共关系从业者对四种公共关系模式均会采用, 但是由于他们几乎不做研究, 使得他们在双向沟通模式上的得分较低, 即希腊公共关系从业者更多采用新闻代理与公共信息模式。但是, Lyra (1991) 意识到受访人绝大多数是比较初级的公共关系人员, 当她把初级的公共关系人员与公关经理分开之后, 发现在公关经理中, 双向对等沟通模式的得分高于其他三个模式。也就是说, 当公

共关系实践跳脱出技术的层面而进入管理层后,更多地遵循双向对等沟通模式。此外,希腊的从业者与南印度的公关人员有一个共同点,即他们普遍把营销活动与建立企业形象作为公共关系的主要职能,这样的世界观在一定程度上解释了为什么新闻代理模式在希腊的公共关系实践中占据主导地位。Huang (1990) 的研究,检视台湾台电集团公共关系部门的公关行为,发现双向不对等模式占主导地位;而台电集团的失败也复证了双向不对等模式的无效 (Grunig & Grunig, 1989)。对 Sriramesh (1992)、Huang (1990) 以及 Lyra (1991) 的研究进行后设分析, Grunig 等总结:在三个国家中,至少在这些国家的部分组织中四种公共关系模式都会被执行。在以市场营销或者建立企业形象为公共关系主要职能的组织中,新闻代理模式占主导地位;虽然对于大多数的公关从业者而言,培养双向对等沟通公关模式所需要的条件、知识,以及来自于管理层的支持都不足够,但他们大多认为双向对等沟通模式是公共关系的行为典范;而对于那些有见地的少数公关经理来讲,他们更多地实践着双向对等模式,至少是双向对等模式与其他模式的混合使用。尽管在各国公关实践中双向对等模式仍属少数,总的来讲,双向对等沟通模式 (至少是包含双向对等沟通模式的要素) 从长远来看,仍可能是最有效的公共关系模式,在各个文化中皆是如此 (Grunig, Grunig, Sriramesh, Huang & Lyra, 1995)。

Grunig (1992) 强调,在抽样的层面上,这个理论的原则是一致的。然而在实际情况中,卓越公关理论的原则会因环境差异而需要作相应的调节。因此,我们须了解卓越理论的普适原则应作为通用标准;另一方面,将文化、政治、经济、媒体等潜在影响因素纳入考虑,探讨这些情境因素如何影响卓越公关理论的普适性。Sriramesh (1992)、Huang (1990) 以及 Lyra (1991) 的研究在此方面亦有发现:在印度、希腊、台湾地区等三地均发现了与四个公共关系模式不尽相同的,也可视为四种模式变体的个人影响模式 (personal influence model), 在希腊还发现了一种叫做文化阐释者模式 (cultural interpreter model)。个人影响模式指公共关系从业者努力与媒体、政府、政治或激进行动主义团体中的关键人物建立私人关系或友谊,希望借由个人关系获得利益。文化阐释者模式在希腊的研究中尤为明显。Lyra (1991) 指出,在跨国企业中,外国的CEO或者高级管理层经常会向本地的公共关系从业者询问很多议题,来了解希腊的文化及政治。Grunig 等人 (1995) 认为尽管文化阐释者模式特别存在于在外国做生意的组织里,但在同一个国家中,那些运营环境中需要应对多元群体的组织中仍可见这一模式。Grunig 等人 (1995) 尤其强调个人影响模式与文化阐释者模式不尽然是不对等的。对等的个人影响模式是可能存在的,且一旦被建立将成为卓越公共关系非常有价值的一部分,同样,文化阐释者



也可在跨国企业的双向对等沟通模式中扮演重要角色,帮助促进来自于不同文化的公众与组织间的对话与相互理解。

Grunig (1992) 所倡导的普遍原则与具体应用,不仅体现在以对等沟通为核心的公共关系模式上,也体现在卓越理论另一个主要的概念关系的研究上。在两岸三地社会中,公共关系学者的实证研究均证实,在卓越理论中有关“组织-公众关系”(organization-public relationship)的根本元素(如信任、互相控制、满意度、投入感),是跨文化适用的。然而,由于中国社会中的关系与西方的概念存在本质上的差异,一众研究卓越公关理论的两岸学者,包括研究中国大陆的洪君如、陈怡如,以及研究台湾地区的黄懿慧,均强调面子与人情作为测量华人关系维度的应用元素。这就说明,中国的公共关系应用模式虽然与西方的略有不同,但基本的原则还是具有相当的普适性的。此外,Sriramesh和Vercic编辑的《全球公关手册》也以卓越理论为架构,分析其在不同国家地区公共关系中的应用,基本验证了卓越理论一般原则的普遍适用性。

## 六、多元理论对卓越理论的继承与挑战

如前文所述,卓越理论开创了公共关系作为一个研究领域理论化的进程,其后,一系列公共关系理论陆续出现,如利益相关方理论(stakeholder theory)、关系管理理论(relationship management theory)等,在危机沟通与管理领域中,随机应变理论、混沌理论(chaos theory)、繁复理论(complexity theory)和情境危机沟通理论(situational crisis communication theory)等为很多学者所引用。

事实上,在卓越理论之后出现或者此前已经出现但之后得到较大发展与应用的一些理论与卓越理论都存在着很大关联性,如利益相关方理论,其强调组织的利益相关方影响决定着组织目标的完成与利润的实现。在Freeman (1994)的《战略管理:一个持筹人的视角》之后,公共关系学者就与经济管理学者一道开始在此基础上共同构建一个“利益相关方理论”体系。尤其在2000年之后,多项研究就此展开,尤其在对利益相关方的重视与企业社会角色的部分与卓越理论一脉相承。Schwarzkopf (2006)的一系列对比实验证实,企业决策者不仅要经常性地与其各类利益相关方进行沟通,并且要把他们的思维考虑在企业总体的沟通策略中,如利益相关方判别“风险”的思考模式与知识盲点等。Buchholz和Rosenthal (2005)认为经济组织与其利益相关方之间的关系,取决于人们如何看待企业在社会整体中的角色。如果企业仅仅被视为通过市场来实现自身存在意义的实体,就既背离了现实,又背离了企业的社会存在本质。正确的理解应该是,企业与其所在的社会环境构成

密不可分的有机体，共荣共生。此外，与卓越理论密切相关的理论是关系管理理论。在关系的管理中，一个核心的概念是信任（trust），信任度高，则关系密切；信任度低，则关系松散。因而，很多关系管理理论的研究者，都不约而同地把研究重点放在如何界定、区分影响信任的因素。当然也有学者背道而驰，关注那些造成不信任的因素。Welch（2006）就曾通过案例研究、深度访谈、图表类比等方式，探索并分析了组织与利益相关方关系中造成信任和不信任的机制。Grunig对于公共关系的定义是，对组织与其公众间沟通与关系的管理。他曾多次强调组织与公众间建立长期、积极、互信关系的重要性。因而，与其说关系管理理论是一个完全独立的理论，它更像是卓越理论中关于关系管理的一个延伸。

卓越理论之后发展起来的理论中，近年来，尤以随机应变理论受到最多关注。与卓越理论的普适性建议不同，随机应变理论的研究者认为组织采用什么样的公关与沟通策略是由多种因素决定的。理论的拥护者认为，每个组织的内在要素与外在环境各不相同，在管理实践中要根据组织所处的环境和内部条件的发展变化随机应变。Cameron总结出分属于内部与外部两大类变量，共86中变动因素，并于之后将这86个因素重组缩减为12个主要影响因素（shrn, Cameron&Gropp, 2006）。虽然随机应变理论更像中国传统文化中的“随行就势”，也被批评为有失理论的简洁精练原则，近年来很多研究都是在随机应变理论的框架下展开，在公共关系的研究领域占有一席之地。与随机应变理论同属于“非常态危机应对”理论群（吴旭，2014）的还有混沌理论和繁复理论。Murphy（1996）曾详细阐释了混沌理论，她认为“一般而言，一个危机的出现，往往由一系列环环相扣的事件组成；随着时间变动，这些事件逐渐积攒能量，变得错综复杂，并迅速从秩序演变至混沌无序、甚至全面失控。正如一个混沌系统一样，在事件初始阶段，一个企业组织还可能对事件发挥一定控制和影响，但一旦超过某个升级点，任何决策者都将束手无策。”与此类似的繁复理论认为，一个繁复系统的整体不同于其所有组成部份之和，因而，无论人们如何了解整体系统的每一个部分也始终无法准确判断事物整体发展的形态、走向和结局。世界是复杂多变的，危机更是复杂多变的；这些错综复杂的变量之间的互动，构成了一个无穷尽的变化集合；任何试图减低这些变动复杂性的策略，都可能是枉费心机（Snowden, 2000）。当然，繁复理论不是宣扬不可知论，而是要求公共关系从业者尤其是危机处理人员能够从心态上认识并尊重危机本身的复杂性，并顺应这种超出控制和预测能力范围的繁复性（吴旭，2014）。

与这些“非常态危机应对”理论有所不同，近些年，在危机沟通领域得到较大

发展的情景危机沟通理论,强调危机沟通策略的效果会因一些前置变量(antecedent variables)的不同而不同,这些前置变量包括:企业的危机历史、过往与利益相关方的关系、危机严重程度等。Coombs通过一系列的研究尝试着对危机沟通策略效果进行理论化。当然,情境危机沟通理论之前,更多的研究是对危机沟通可能的策略进行探讨,如Sturges(1994)的资讯策略,Allen和Caillouet(1994)提出的印象管理理论,以及Bradford和Garrett(1995)的企业危机沟通模式,Benoit(1995)的形象修复理论等。其中的形象修复理论,虽然会被质疑是否可称为严格意义上的理论,在很长的一段时间内成为很多危机沟通个案研究的基础。在危机沟通策略的研究中,华人学者将中国传统文化纳入考虑,对领域发展做出贡献,如“家丑不可外扬”的传统理念解释了很多组织面对危机时的回避态度及不回应的作法(Yu & Wen, 2003);而高情境沟通(high-context communication)方式导致华人在面对危机时往往采用模糊的沟通策略,Huang等人(2005)在此基础上,通过多个案研究提出了具有华人文化特点的危机沟通策略:转移策略(diversion strategy),丰富了当时的源于西方社会现实的危机沟通策略分类表。

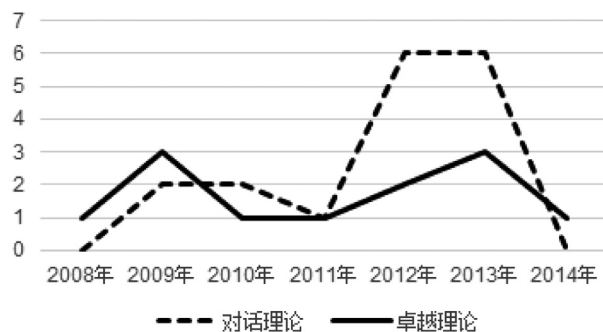
概括起来,作为公共关系开创性的理论,卓越理论主导了公共关系的早期研究。随着学科的发展,越来越多的理论出现或进入到公共关系的研究中,理论不断丰富与多元。这些理论无论与卓越理论有着相似的世界观,又或者与卓越理论针锋相对,为公共关系的研究者提供了多样的视角和研究框架,在一定程度上改变了早期卓越理论在公共关系学界近乎一统江山的局面,标志着公共关系作为一个学科的成熟与发展。

## 七、互联网环境下卓越理论的机遇与发展

除了多元理论的出现,互联网的应用与发展改变了公共关系存在的信息环境,进而改变了公共关系实践与研究,将卓越理论置于新的研究场域。Gouldner(1960: 174)认为,“在存在显著权力不均衡的情况下,利己主义者就会只考虑自身的收益,而根本不顾忌回报”。相似地,Pavlik(1989)指出,在组织比公众拥有更多权力的情况下,组织会从双向不对等的公共关系中获得更多的收益。可见,过往对于双向对等沟通模式的质疑,很大程度上源于人们假设认为组织与公众关系中双方权力不均衡。然而,互联网时代,尤其近年来新媒体互动平台的发展,企业与公众间双向交流的可能性和效率大幅度提升,互联网的去中心化、互动性、对话、赋权改变了过去公众与组织沟通时所处的劣势地位,组织与公众间权力关系呈现微妙的反转现象。客观环境的改变似乎与卓越理论倡导的双向对等沟通的理念

不谋而合。那么,组织是否会从双向对等的公共关系中获得更多的收益?今天的信息环境,是否已成为双向对等沟通适宜发展的土壤?一系列研究已经初步展开:孙秀蕙(2000)认为网络时代企业必须重新调整沟通策略,对等性沟通是必要条件;L'Etang等人(2012)考察了西班牙的博物馆使用官方网站与其公众进行对话沟通;刘正道(2003)的研究则明确发现,互相了解导向的网络传播,以及双向网络传播策略模式,会带来较高的网络互动满意度;Wigley和Lewis(2012)研究四家公司的公关行为发现,使用对话式公关或双向沟通模式与不采用此两种沟通模式的公司相比,被媒体负面曝光的机率小。

有关互联网环境下对等沟通的效果仍需更多实证研究去探索发现,但多项研究已明确表明卓越研究提倡的对等沟通已成为互联网兴起后,网络公共关系学术研究的重要理论依据。2008年之前,学者们特别关注剖析互联网运作机制是否符合双向对等沟通与卓越公共关系理念(黄懿慧,2014);2008年以后,通过对2008到2014年的数字化公共关系研究进行内容分析,Huang, Wu和Huang(2016)发现援引最多的理论是与卓越理论同属共创派(co-creational)的Kent和Taylor(1998)的对话理论,但以卓越研究提出的对等沟通理论为基础的研究仍是大宗,位居第二(参见图三)。

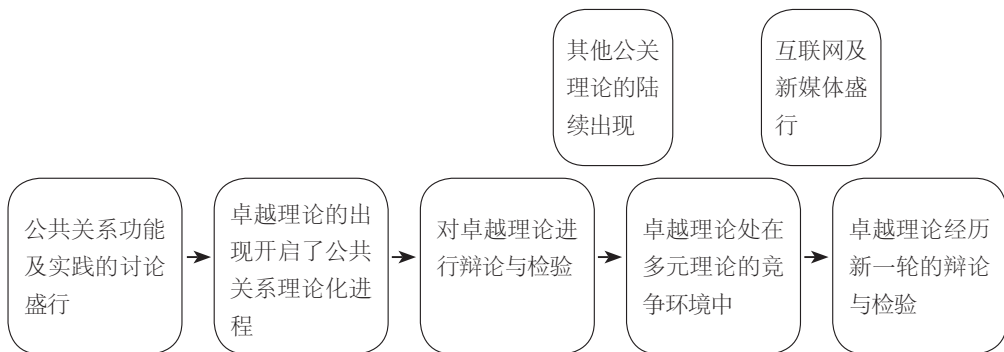


图三 2008-2014 数字化公共关系研究依据的理论基础  
数据来源: Huang, Wu & Huang (2016)

## 八、总结

1985年,当Grunig带领的研究团队开始卓越研究项目时,有关公共关系的认识仅停留在公共关系部门功能以及公共关系从业者公关实践的讨论上;今天,公共关系已成为一个迅速发展且不断完善的研究领域,卓越理论与整个公共关系学科一起

走过了三十年。作为公共关系历史上第一个完善的学术研究，卓越理论最重要的贡献之一是它促进了公共关系领域的重大变革，开启了公共关系理论化的进程。而作为一个学科的开创性理论，卓越理论一经问世，就在学界与业界激起了激烈的辩论。大量的研究与讨论围绕着这一理论展开，尤其是其核心概念“双向对等沟通”，使得它成为了公共关系领域的主导理论（Pasadeos, Berger&Renfro, 2010）。更重要的是，这些研究与讨论不仅仅局限于卓越理论的最初的三个研究地，即美国、英国、加拿大，而是扩展到了世界上更多的国家与地区，对这些国家地区的公共关系发展影响深远。就其在中国的影响而言，郭惠民（2009）曾称卓越研究的第一本著作《卓越公共关系与传播管理》不仅是公共关系管理学派的代表性著作，更是迄今为止公共关系学术研究领域里最为成熟的理论结晶。他认为外国著作对中国公共关系学术影响，若从1987年开始计算，第一个十年影响最大的是英国学者以及美国学者所著的《有效公共关系》，而之后的十年影响最大的就是 Grunig及其研究团队的卓越理论。此后，随着公共关系学科的发展，越来越多的新兴理论出现，也有一些理论从其他学科中被引入到公共关系的研究中，这些理论未必尽可以称为卓越理论的竞争性理论，如关系管理理论更像是卓越理论一些观点的延伸，但多元化理论在公共关系的研究中得以应用，打破了早期公共关系学界近乎被卓越理论统治的局面，改变了这一学科的理论格局。近些年来，随着互联网的出现及广泛应用，传统公众与组织之间的权力关系随之发生变化。互联网的去中心化、互动性、对话、赋权等特点不禁使人开始思考：互联网是否正在培育真正适合双向对等沟通的环境，多项研究也随之展开。当然，更有说服力的结论需要更多扎实的研究，但无疑，互联网下的新的信息环境与公共关系实践为卓越理论提供了新一轮检验与讨论的场域。



图四综合卓越理论发展图

最后, 经过对卓越理论系统地梳理, 笔者们不认为倡导双向对等沟通、关注公众利益、重视组织公众关系管理及强调企业社会角色的卓越理论已经走过其最辉煌的时期, 转而走向衰亡。笔者们更倾向于认为, 它进入了一个新的生命的周期。在新的环境下, 它将接受新一轮的挑战与检验, 而这些挑战与检验可能成为卓越理论, 甚至更广义的层面上, 整个公共关系理论发展新的契机。

### 引用文献 [Reference]

- 陈先红, 郭丽 & 殷卉 (2005), 中国大陆近十年公共关系研究实证报告.《华中科技大学学报: 社会科学版》, 19 (2), 102-106。
- [Chen, Xianhong, Guo, Li & Yin, Hui (2005). Empirical report on public relations research in Mainland China in recent ten years. *Proceeding of Huazhong University of Science & Technology: The Social Science Edition*, 19(2), 102-106.]
- 郭惠民 (2006), 卓越公共关系在中国.《国际公关》, 5, 40。
- [Guo, Huimin (2006). Excellence in public relations in China. *PR Magazine*, 5, 40.]
- 郭惠民, 廖为建 (2000), 关于公共关系学若干基本问题的国际对话.《国际关系学院学报》, 1, 37-44。
- [Guo, Huimin & Liao, Weijian (2000). International dialogue about several fundamental questions in public relations. *Proceeding of University of International Relations*, 1, 37-44.]
- 胡百精 (2016), 启蒙与奠基: 廖为建的公共关系教育实践与理论研究.《新闻春秋》, 2, 71-77。
- [Hu, Baijing (2016). Enlightening and laying a foundation: Liao Weijian's public relations education practice and theoretical study. *Journalism Evolution*, 2, 71-77.]
- 黄懿慧 (2014), 网络公关研究.收录于洪俊浩编《传播学新趋势(下)》, 806-824。
- [Huang, Yi-Hui (2014). Internet Public Relations Research. In Junhao Hong (Ed.), *New Trend of Communication Studies*, pp. 806-824.]
- 廖为建 (2006a), 廖为建:卓越公共关系十五项标准.《国际公关》, 5, 38。
- [Liao, Weijian (2006a). Liao Weijian: Fifteen standards for excellence in public relations. *PR Magazine*, 5, 38.]
- 廖为建 (2006b), 卓越公共关系的理想与现实.《国际公关》, 5, 39。
- [Liao, Weijian (2006b). Ideal and reality of excellence in public relations. *PR Magazine*, 5, 39.]
- 刘正道 (2003), 大学网路公关策略之研究: 网路使用者之策略认知和互动满意度分析.《广告学研究》, 20, 51-75。
- [Liu, Zhengdao (2003). University's Internet-based Public Relations Strategy: An Analysis of Internet Users' Perception and their Interactive Satisfaction. *The Journal of Advertising & Public Relations*, 20, 51-75.]



秦祎（2012），呼唤中国式卓越公关。《现代装饰(理论)》，156-158。

[Qin, Wei (2012). Calling for Chinese excellence in public relations. *Modern Decoration (Theory)*, 156-158.]

孙秀蕙（1995），公关理论中的“双向对等性沟通模式”再省思。《广告学研究》，5，185-201。

[Sun, Xiuhui (1995). Reconsidering 'Two-Way Symmetrical Model' in Public Relations Theory. *The Journal of Advertising & Public Relations*, 5, 185-201.]

孙秀蕙（2000），网路时代的企业公关—格鲁尼格模式的理论性重构。《广告学研究》，15，1-25。

[Sun, Xiuhui (2000). Exploring the Role of Internet in Corporate Public Relations: A Theoretical Reformulation of Grunig's Model. *The Journal of Advertising & Public Relations*, 15, 1-25.]

王睿（2006），家乐福：离卓越公共关系有多远。《国际公关》，（5），41。

[Wang, Rui (2006). Carrefour: How far it is from excellence in public relations. *PR Magazine*, 5, 41.]

吴旭（2010），国际前沿公关理论扫描（2006-2009）。爱思想：<http://www.aisixiang.com/data/35850-5.html>

[Wu, Xu (2010). Snapshot of international frontier public relations theories (2006-2009). Aisixiang: <http://www.aisixiang.com/data/35850-5.html>]

詹姆斯·格鲁尼格（2008），《卓越公共关系与传播管理》（卫五名等译）。北京大学出版社。

[Grunig, James (2008). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. (Trans.) Peking University Press.]

Allen, M. W., & Caillouet, R. H. (1994). Legitimation endeavors: Impression management strategies used by an organization. *Communication Monographs*, 61(1), 44-62.

Anderson, D. S. (1992). Identifying and responding to activist publics: A case study. *Journal of Public Relations Research*, 4, 151-165.

Benoit, W. L. (1995). *Accounts excuses apologies: A theory of image restoration discourse*. Albany: State University of New York Press.

Berger, B. K. (2007). Public relations and organizational power. *The future of excellence in public relations and communication management: Challenges for the next generation*, 221-234.

Botan, C. H., & Taylor, M. (2004). Public relations: State of the field. *Journal of communication*, 54(4), 645-661.

Bradford, J. L., & Garrett, D. E. (1995). The effectiveness of corporate communicative responses to accusations of unethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 14(11), 875-892.

Buchholz, R. A., & Rosenthal, S. B. (2005). The spirit of entrepreneurship and the qualities of moral decision making: Toward a unifying framework. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 307-315.



- Buchholz, R. A., & Rosenthal, S. B. (2005). Toward a contemporary conceptual framework for stakeholder theory. *Journal of Business Ethics*, 58(1-3), 137-148.
- Card, N.A. (2011). *Applied meta-analysis for social science research*. Gruford Press.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). Fringe public relations: How activism moves critical PR toward the mainstream. *Public Relations Review*, 38(5), 880-887.
- Culbertson, H. (1995). Introduction. In H. Culbertson & N. Chen (Eds.), *International public relations: A comparative analysis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Edwards, LMS (2015). "An historical overview of the emergence of critical thinking in PR", In: L' Etang J; McKie D; Snow N; Xifra J (eds.) *The Routledge Handbook of Critical Public Relations*. 16-27
- Esman, M. J. (1967). *The institution building concepts: An interim appraisal*. Pittsburgh: University of Pittsburgh.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Gouldner, A. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25, 161-178.
- Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York, NY: CBS College Publishing.
- Grunig, J. E. (1989). A situational theory of environmental issues, publics, and activists. In L. A. Grunig (Ed.), *Environmental activism revisited: The changing nature of communication through organizational public relations, special interest groups and the mass media* (pp. 50-82). Monographs in Environmental Education and Environmental Studies. Troy, OH: The North American Association for Environmental Education.
- Grunig, J. E. (1992). Communication, public relations, and effective organizations: An overview of the book. In Grunig J. E. (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp.1-30). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism*, 6(2), 1-19.
- Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (1989). Toward a theory of the public relations behavior of organizations: Review of a program of research. In J. E. Grunig & L. A. Grunig (Eds.), *Public relations research annual*, Vol. I. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (1996). *Implications of symmetry for a theory of ethics and social responsibility in public relations*. Paper presented to the Public Relations Interest Group, International Communication Association, Chicago, IL.
- Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (2008). Excellence theory in public relations: Past, present, and future. In *Public relations research* (pp. 327-347). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- 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), 163-186.
- Grunig, J. E., & White, J. (1992). The effect of worldviews on public relations theory and practice. In J. E.

- Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 31-64). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Heath, R. L. (1992). Critical perspectives on public relations. In E. L. Toth & R. L. Heath (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations* (pp.37-64). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Heath, R. L. (1992). The wrangle in the marketplace: A rhetorical perspective of public relations. In E. L. Toth & R. L. Heath (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations* (pp.17-36). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Heath, R. L. (1992). Visions of critical studies of public relations. In E. L. Toth and R. L. Heath (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations* (pp. 315-320). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Heath, R. L. (Ed.). (2013). *Encyclopedia of public relations*. Sage Publications.
- 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. (1990). *Risk communication, models of public relations and anti-nuclear activism: A case study of a nuclear power plant in Taiwan*. Unpublished master's thesis. University of Maryland, College Park.
- Huang, Y. H. (2004). A Chinese perspective of intercultural organization-public relationship. *Intercultural Communication Studies*, 12(4), 151-176.
- Huang, Y. H. (2004). Is symmetrical communication ethical and effective? *Journal of Business Ethics*, 53(4), 333-352.
- Huang, Y. H. (2004). PRSA: Scale development for exploring the cross-cultural impetus of public relations strategies. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(2), 307-326.
- Huang, Y. H. (2012). Gauging an Integrated Model of Public Relations Value (PRVA): Scale Development and Cross-cultural Studies. *Journal of Public Relations Research*, 24, 243-65.
- Huang, Y. H. (2012). Internet public relations: A review of research articles and the construction of a theoretical model. *Communication & Society*, 19, 181-216.
- Huang, Y. H., Lin, Y. H., & Su, S. H. (2005). Crisis communicative strategies: Category, continuum, and cultural implication in Taiwan. *Public Relations Review*, 31(2), 229-238.
- Huang, Y. H., & Lyu, J. C. (2013). The Influence of Excellence: A Citation Analysis of Excellence Study in Public Relations Scholarship, 1992-2011. In K. Sriramesh, A. Zerfass, & J. N. Kim (Eds.), *Current Trends and Emerging Topics in Public Relations and Communication Management* (pp. 349-374). London: Routledge.
- Huang, Y. H. C., Wu, F., & Huang, Q. (2016). Does research on digital public relations indicate a paradigm shift? An analysis and critique of recent trends. *Telematics and Informatics*.
- Karlberg, M. (1996). Remembering the public in public relations research: From theoretical to operational symmetry. *Journal of public Relations Research*, 8(4), 263-278.

- Kim, J. N., Hung-Baesecke, C. J. F., Yang, S. U., & Grunig, J. E. (2013). A strategic management approach to reputation, relationships, and publics: The research heritage of the Excellence Theory. *The handbook of communication and corporate reputation*, 197-212.
- Lauzen, M. (1986). *Public relations and conflict within the franchise system*. Unpublished doctoral dissertation, University of Maryland, College Park.
- Lauzen, M. L., & Dozier, D. M. (1994). Issues management mediation of linkages between environmental complexity and management of the public relations function. *Journal of Public Relations Research*, 6(3), 163-84.
- L'Etang, J., McKie, D., Snow, N., & Xifra, J. (Eds.). (2015). *The Routledge handbook of critical public relations*. Routledge.
- Leichty, G., & Springston, J. (1993). Reconsidering public relations models. *Public Relations Review*, 19(4), 327-39.
- Lyra, A. (1991). *Public relations in Greece: Models, roles and gender*. Unpublished master's thesis, University of Maryland, College Park.
- Macnamara, J. (2012). The global shadow of functionalism and Excellence Theory: An analysis of Australasian PR. *Public Relations Inquiry*, 1(3), 367-402.
- Miller, G. R. (1989). Persuasion and public relations: Two "Ps" in a pod. In C. Botan & V. Hazleton (Eds.), *Public relations theory* (pp. 45-66). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Murphy, P. (1991). The limits of symmetry: A game theory approach to symmetric and asymmetric public relations. In L. A. Grunig & J. E. Grunig (Eds.), *Public relations research annual*, Vol. 3, (pp. 115-31). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Murphy, P. (1996). Chaos theory as a model for managing issues and crises. *Public Relations Review*, 22(2), 95-113.
- 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, 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.
- Pavlik, J. V. (1989). *The concept of symmetry in the education of public relations practitioners*. Paper presented at the meeting of the International Communication Association, San Francisco.
- Porter, L. (2010). Communicating for the good of the state: A post-symmetrical polemic on persuasion in ethical public relations. *Public Relations Review*, 36(2), 127-133.
- Schneider, L. A. (1985). The Role of Public Relations in Four Organizational Types. *Journalism Quarterly*, 62(3), 567-576.
- Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I. & Lauterborn, R. F. (1993). *Integrated marketing communications*.

- Lincolnwood, IL: NTC Business Books.
- Schwarzkopf, D. L. (2006). Stakeholder perspectives and business risk perception. *Journal of Business Ethics*, 64(4), 327–342.
- Shin, J. H., Cameron, G. T., & Cropp, F. (2006). Occam's Razor in the contingency theory: A national survey on 86 contingent variables. *Public Relations Review*, 32(3), 282–286.
- Snowden, D. J. (2000). New wine in old wineskins: From organic to complex knowledge management through the use of story. *Emergence, A Journal of Complexity Issues in Organizations and Management*, 2(4), 50–64.
- Stokes, A. Q., & Rubin, D. (2010). Activism and the limits of symmetry: The public relations battle between Colorado GASP and Philip Morris. *Journal of Public Relations Research*, 22(1), 26–48.
- Sriramesh, K (1992). Societal culture and public relations: Ethnographic evidence from India. *Public Relations Review*, 18(2), 201–11.
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (Eds.). (2003). *The global public relations handbook: Theory, research, and practice*. Routledge.
- Sturges, D. L. (1994). Communicating through crisis: A strategy for organizational survival. *Management Communication Quarterly*, 7(3), 297–316.
- Toth, E. L. (Ed.). (2009). *The future of excellence in public relations and communication management: Challenges for the next generation*. Routledge.
- Toth, E. L., & Heath, R. L. (Eds.). (1992). *Rhetorical and critical approaches to public relations*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Van der Meiden, A. (1993). Public Relations and Other' Modalities of Professional Communication: Asymmetric Presuppositions For A New Theoretical Discussion. *International Public Relations Review*, 16, 8–11.
- Welch, M. (2006). Rethinking relationship management: exploring the dimension of trust. *Journal of Communication Management*, 10(2), 138–155.
- Yu, T., & Wen, W. (2003). Crisis communication in Chinese culture: A case study in Taiwan. *Asian Journal of Communication*, 13(2), 50–64. <http://dx.doi.org/10.1080/01292980309364838>