



新世纪公共管理教程

公共部门 公共关系学

**Public
Relations
of Public
Sectors**

主编/谢玉华 主审/张立荣



湖南人民出版社

新世纪公共管理教程

公共部门 公共关系学

Public
Relations
of Public
Sectors

主 著 谢玉华
主 审 张立荣
编 者 毛金华

汪 忠
胡 平
王 峻
薄 湘

湖南人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共部门公共关系学 / 谢玉华 主编. — 长沙: 湖南人民出版社,
2003.1

(新世纪公共管理丛书)

ISBN 7-5438-3218-6

I. 公... II. 谢... III. 公共管理-公共关系学
IV. D035

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 002509 号

责任编辑:戴 茵
装帧设计:陈 新

《新世纪公共管理丛书》

公共部门公共关系学

谢玉华 主编

*

湖南人民出版社出版、发行

(长沙市展览馆路 66 号 邮编:410005)

湖南省新华书店经销 湖南省望城湘江印刷厂印刷

2003 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本:720×960 1/16 印张:18

字数:313,000 印数:1-5,000

ISBN7-5438-3218-6

C·145 定价:28.00 元

《新世纪公共管理教程》编审委员会 (以姓氏笔画为序)

- | | | |
|-----|-----|--|
| 顾问 | 夏书章 | 全国公共管理硕士(MPA)专业学位教育指导委员会顾问
中山大学教授 |
| 主任 | 温熙森 | 国务院学位委员会委员 国防科技大学校长 教授 |
| 副主任 | 王柯敏 | 湖南大学校长 教授 |
| | 李树丞 | 湘潭大学校长 教授 |
| | 刘嘉林 | 国家人事部公务员管理司司长 |
| | 汪浩 | 中国军事运筹学学会理事长 国防科技大学教授 |
| | 黄百炼 | 国家教育部社政司副司长 教授 |
| | 谢桂华 | 全国学位与研究生教育发展中心主任 |
| | 熊治祁 | 湖南人民出版社社长 编审 |
| | 委员 | 陈收 |
| 陈晓红 | | 中南大学商学院院长 教授 |
| 陈振明 | | 全国公共管理硕士(MPA)专业学位教育指导委员会委员
厦门大学法学院副院长 教授 |
| 沙基昌 | | 全国公共管理硕士(MPA)专业学位教育指导委员会委员
国防科技大学教授 |
| 姚先国 | | 全国公共管理硕士(MPA)专业学位教育指导委员会委员
浙江大学经济学院常务副院长 教授 |
| 顾建光 | | 全国公共管理硕士(MPA)专业学位教育指导委员会委员
上海交通大学公共管理系主任 教授 |
| 徐晓林 | | 全国公共管理硕士(MPA)专业学位教育指导委员会委员
华中科技大学教授 |
| 谭跃进 | | 国防科技大学人文与管理学院院长 教授 |



公共管理 (Public Administration 或 Public Management) 是一门研究公共组织尤其是政府组织管理活动及其规律的学科。它以公共管理问题为核心,把当代管理学、经济学及政策科学等相关知识融为一体,并运用系统工程、运筹学及计算机科学的方法和技术,构筑了一个综合的知识框架,是一门多学科交叉而成的新兴学科。

现代公共行政与公共管理的研究和教育在西方已有近100年的历史。事实证明,欧美的公共管理硕士(MPA)教育在其公务员队伍的专业化建设和政府的管理工作中发挥了巨大的作用。今天,中国的经济改革和政府的职能转变正处在一个非常关键的时期。尤其是我国加入世界贸易组织以后,随着世界经济一体化步伐的加快,对政府和公共组织的管理人员提出了更高的要求,迫切需要一批懂得政府管理、善于科学决策的高级专门人才。因此,1999年5月国务院学位委员会第17次会议通过了《公共管理硕士(MPA)专业学位设置方案》,首次确定全国24所重点高校试办公共管理硕士(MPA)专业学位教育,并于2001年10月在全国首次进行了招生考试,2002年3月首届学员正式入学。

开展MPA教育,对推进政府机构改革,建设高素质的专业化国家行政管理干部队伍具有重要的意义,符合非政府公共机构不断发展的需要,也符合学位与研究生教育改革和发展的需要。为了积极探索适合中国国情的MPA办学模式,提高MPA办学质量,教育部和人事部于2001年2月成立了全国公共管理硕士(MPA)专业学位教育指导委员会。教材建设是MPA教育一项重要的基础性工作。为此,湖南人民出版社特邀请有关院校和政府部门的有关专家成立了公共管理硕士(MPA)教材编审委员会,并组织国防科技大学、湖南大学、中南大学、湘潭大学等高校的有关专家、



教授编写了这套（首批）公共管理硕士（MPA）教材，还特邀国内有关专家进行了审定并撰写了评价文章或推荐书。

本套教材将包括公共管理硕士（MPA）核心课程、必修课程、选修课程和案例教材。2002年首批出版的14本教材的选题都是经过精心策划确定的，并考虑到目前国内其他出版社也在组织出版同类教材，我们采取了“有所为，有所不为”的方针，力争既能突出自己的优势和特色，又能与其他出版社的同类教材进行配套和互动。参加教材编写的主要作者都是多年从事公共管理教学和科研的教授、专家，首批教材都有他们在公共管理教育领域中优势学科教学和科研经验的总结和提炼。

公共管理是一个不断发展、不断完善的学科，这就要求其教材建设也要与时俱进，不断完善和更新。我们将与国内外开展MPA教育的院校密切合作，力争通过几年的努力，逐步建设一套完整的、科学的、规范的、具有中国特色的公共管理硕士（MPA）教材，以满足方兴未艾的全国公共管理硕士（MPA）教育的需要。

我们诚恳地期望海内外专家和广大读者热情帮助我们不断地改进和完善这套教材。

汪熙霖

2002年3月

第一章 绪 论

- 第一节 公共部门公共关系的界定 // 1
- 第二节 公共部门公共关系的起源和发展 // 5
 - 【案例】北京申奥大公关 // 14

第二章 功 能

- 第一节 树立形象 // 18
- 第二节 协调沟通 // 25
- 第三节 收集信息 // 26
- 第四节 宣传引导 // 28
- 第五节 决策咨询 // 30
 - 【案例】1. 匡扶正义 奉献爱心 // 31
 - 2. 鸡蛋又回来了 // 34

第三章 基本原则

- 第一节 社会效益第一原则 // 37
- 第二节 诚实守信原则 // 40
- 第三节 整体统一原则 // 45
- 第四节 不断创新原则 // 47
 - 【案例】1. 为了重塑广州工业产品的优势地位 // 49
 - 2. 与大师对唱 // 52

第四章 对象构成分析

- 第一节 公众的特征 // 55
- 第二节 影响公共部门公众行为的因素 // 58
- 第三节 公共部门公众的分类 // 66
- 第四节 公共部门的公众关系运作 // 72
 - 【案例】公共关系与 PA 战略为广东核电注入强大动力 // 77

第五章 内部公共关系

- 第一节 概述 // 81
- 第二节 构成要素与分类 // 85
- 第三节 沟通渠道和沟通方式 // 98
 - 【案例】先锋公司的沟通制度 // 103

第六章 调查与策划

- 第一节 调查研究类型 // 107
- 第二节 调查研究的方式与方法 // 114
- 第三节 调查研究的过程 // 122
- 第四节 策划的基本程序及策划文案写作 // 124
- 第五节 策划类型分析 // 133

第七章 实施与评估

- 第一节 实施阶段的特点与方法 // 141
- 第二节 实施阶段的协调与管理 // 147
- 第三节 活动的评估与反馈 // 151
- 第四节 评估的标准 // 154
- 第五节 评估的改进 // 158
 - 【案例】历史文化名城 现代商贸之都 // 162

第八章 传播技巧

- 第一节 传播的基本涵义及分类 // 166
- 第二节 公共部门公共关系传播媒介 // 171

第三节 大众传播媒介及其在公共部门的运用 // 180

【案例】1. 中国——未来 50 年 // 194

2. “奥妙”降价的奥妙 // 196

第九章 公共部门的危机公关

第一节 危机公关的涵义 // 201

第二节 公共部门的危机公关 // 204

【案例】1. 以守为攻的公关策略拯救了 CBS // 216

2. 水门事件与尼克松下台 // 217

第十章 政府公共关系

第一节 政府公共关系的涵义及特点 // 219

第二节 政府公共关系的职能 // 222

第三节 政府公共关系的机构和人员 // 229

第四节 我国政府在公共关系中应处理的几个问题 // 235

【案例】比利时政府处理污染鸡事件 // 240

第十一章 非营利组织公共关系

第一节 非营利组织公共关系的界定和特征、作用 // 244

第二节 学校公共关系 // 249

第三节 医疗组织公共关系 // 256

第四节 社会团体公共关系 // 263

【案例】光明的福祉 // 273

主要参考书目 // 276

后记 // 278

第一章 绪论

公共部门在国家政治、经济、文化、社会生活中发挥着重要的作用。公共部门公共关系作为公共部门塑造形象和沟通内外关系的艺术，越来越被人们重视。研究公共部门公共关系学对社会的发展和进步有着重要意义。

第一节 公共部门公共关系的界定

一 公共部门公共关系的界定

“公共关系”（Public Relations）一词最早出现于1807年，其词义是“大众利益”。1882年，美国纽约律师多尔曼·伊赖在耶鲁法学院所作题为《公共关系与法律职业的责任》演说中提出了“公共关系”这一概念。现代意义上的公共关系是在1897年美国铁路协会的《铁路文献年鉴》上出现的。公共关系简称“公关”或“PR”。

历史上关于公共关系涵义的表述非常多，有人统计目前有472条公共关系的定义，也有人说有上千条。

国际公共关系协会给公共关系下的定义为：公共关系是一种管理功能，它具有连续性和计划性。通过公共关系，公立的和私人的组织试图赢得同它们有关的人们的理解、同情和支持——借助对舆论的估价，以尽可

能地协调他们自己的政策和做法，依靠有计划的、广泛的信息传播，赢得更有效的合作，更好地实现他们的共同利益。持这种观点的研究者认为，公共关系是一种管理职能。

1981年出版的《不列颠百科全书》认为，公共关系是旨在传递有关个人、公司、政府机构或其他组织的信息，并改善公众对于其态度的种种政策和行为。这种观点强调公共关系是社会组织与公众之间的一种传播沟通方式。

英国公共关系学会对公共关系所作的定义为：公共关系的实施是一种积极的有计划的以及持久的努力，目的是建立和维护一个机构与其公众之间的相互了解。这种观点认为公共关系是社会关系的一种。

1978年8月，在墨西哥城召开的世界公共关系协会大会上，代表们对公共关系的涵义形成共识：公共关系是一门艺术和社会科学；公共关系的实施是分析趋势，预测后果，向组织领导人提供意见，履行一连串有计划的行动，以服务于本组织和公众利益。这种观点将公共关系的各种表征综合起来分析公共关系。

综上所述，我们认为公共关系是组织为了自身的发展，运用传播、沟通等手段与公众协调关系，树立组织良好形象，以促进组织目标的实现。

时至今日，“公共关系”在我们的日常生活中已被赋予了更为广泛的多种含义，已被理解为一种手段、一种思想、一种意识和谋生的艺术。

公共关系是一种状态，即一个社会组织与其相关的公众的关系状态，或者说组织在公众心目中的现实形象的总和。它是无形的，但这种无形的内外环境却是直接作用于社会组织，影响社会组织的生存与发展。这就使组织的形象和声誉成为一笔巨大的无形的资产。

公共关系是一种活动，即一个社会组织与其相关的公众建立良好的关系的活动。有专门活动和系列活动，自发活动与自觉活动，其目的是推动公关状态向好的方向发展转化，以促进组织自己目标的实现。

公共关系是一种意识，即任何社会组织都必须与“自己的公众对象共同发展”。强调自身效益、公众效益和社会效益与保护自然环境的同一；强调珍惜组织信誉，树立组织形象与满足公众需求的一致性；强调在争取公众，沟通信息，情感交流中必须坚持真实、诚信的原则，自觉树立和完善公关意识，这是公关活动的核心，也是现代社会的文明观。由此可见，一个好的社会组织总是十分强调公关，百倍关注全员的公关意识，开展全员公关活动，以求最大的限度开展内外公关活动，取得良好的公关效果，保证组织的发展目标的达成。

公共关系是一门科学。它是一门具有高度的综合性和边缘性，又具有

交叉性的学科。它也是一门可操作性、实用性很强的应用学科。它的发展更好地指导和推动公共关系职业、事业的发展。公共关系学必将在服务于人类物质文明和精神文明的建设中发挥更加积极的作用。

公共关系具有公众性、共同性和公开性等特点。它是一种“公家关系”，不是一般私人往来。公共关系的主体是各种各样的社会组织，公共关系的对象是社会公众包括个人和组织，它是与公共关系主体相互联系、相互影响的、相互作用的社会组织和个体的总和。因此，其公众性特点比较显著。

公共关系具有共同性的特点。任何关系都是相互的，公共关系也不例外。公共关系是基于组织与公众之间共同愿望、共同利益和目标基础上的。组织开展公关工作自然要为自己争取更多的利益，同时也要满足公众利益。只有实现互惠互利，实现共同发展的目标，才能保证公共关系的持续、稳定发展。否则，损人利己，单方面受益是无法建立良好的公共关系。

公共关系具有公开性的特点。世界上许许多多的关系都可以是秘密的，但公共关系必须是公开的。它要让全社会更多的组织和个体了解组织，创建良好的组织形象，以求生存与发展。因此，公共关系既不能封闭，更不能保密。另一方面，公共关系是合理合法、光明正大的。它用正当的手段、合法的途径协调与公众的关系，大张旗鼓地宣传自己，树立良好的形象。这与“拉关系、走后门”的“伪公关”、“非法公关”截然不同。

公共部门公共关系既具有公共关系的一般属性，又具有不同于其他部门公共关系的特殊属性。我们认为，公共部门公共关系是公共部门为了更好地实现其目标，运用传播、沟通等手段协调与公众的关系，塑造良好形象，争取公众理解和支持的一系列活动。

公共部门公共关系的三大要素是公共部门中的各种组织、公众、传播。公共部门是公共部门公共关系的主体。它的特点是，组织的运行不以营利为目的或主要不以营利为目的，而以提供社会服务为目的。公共部门大多数业务是服务性的而非生产性的。公共部门的活动要求公众参与度高。公众是公共部门公共关系的客体。公共部门的公众具有广泛性、普遍性的特点，当然也有临时性、特殊性公众。传播是公共部门公共关系的手段、方法、媒介，它是沟通公共部门公共关系主体和客体之间的桥梁。

二 公共部门公共关系相关概念

公共部门公共关系状态 公共关系状态即一个公共部门组织赖以生

存、发展的公众环境的情形和状况。它是组织公共关系活动得以进行的基础，也是组织公共关系活动实际形成的结果。公共关系状态是客观存在的，任何组织或个人都处于一定的公共关系状态中。公共关系状态包括与组织相关的“社会关系状态”和“公众舆论状态”两个方面。“社会关系状态”指组织机构与其相关公众之间相互交往和共处的情形和状况。“公众舆论状态”指公众舆论对组织机构的反映和评价的情形和状况。

公共部门公共关系活动（实务） 即公共部门运用传播沟通的方法来协调组织的社会关系，影响组织的公众舆论，塑造组织的良好形象，优化组织的运作环境的一系列公关工作。公共关系实务是组织经营管理活动的一部分，是组织的经营管理职能。公共关系活动包括调查研究咨询、设计制作、活动策划、宣传传播实务、危机管理、交际事务等等，需要动用一定的资源，运用专门的媒介和技术，制定专门的目标和计划，由专门的职能机构来实施。

公共部门公共关系观念 公共关系观念是一种影响和制约着公共部门组织的政策和行为的经营观念和管理哲学，它不仅指导着公共关系实务的健康发展，而且渗透到管理者日常行为的各个方面，成为引导组织行为的一种准则和价值观。公共关系观念包括形象观念、公众观念、传播观念、协调观念、互惠观念、服务观念等。

(1) “形象观念”表现为在决策和行动中高度重视自身的声誉和形象，自觉的进行形象投资、形象管理、形象塑造，将树立和维护良好的组织形象作为重要的战略目标。

(2) “公众观念”表现为重视公众的利益，将公众的意愿作为决策和行动的根据，将满足公众的要求作为组织的重要方针和管理政策。

(3) “传播观念”表现为强烈的传播欲望，自觉地利用一切传播机会影响公众、引导公众和争取公众，并善于运用双向沟通的方法去赢得理解、信任和好感。

(4) “协调观念”表现为善于调节、平衡和统一各种不同的关系、不同的利益、不同的要素，懂得“兼顾”、“统筹”、“缓冲”和必要的“调和”、“折中”的意义和价值，努力在矛盾中求和谐、求平衡。

(5) “互惠观念”表现为在交往和合作中，将平等互利作为处理各种关系的行为准则，将自身的发展和对方的发展联系起来，通过协助对方来争取双方的共同利益。

(6) “服务观念”则表现为对他人、对社会的一种奉献精神，使自己的存在和努力给社会、公众带来方便，用服务去赢得好感和信誉。

除此之外，公共关系观念还包括信息意识、整体意识、社会意识等等。

第二节 公共部门公共关系的起源和发展

一 公共关系的起源

公共关系作为客观状态，是一种历史的存在。公共关系思想和活动早在古代社会就已出现。中国古代，政府公共关系思想已经萌芽，各种各样以树立政府公共关系良好形象为目的的活动很常见，每个历史时期都有例证。

早在商朝，统治者就为了维护自己的统治，宣称自己是天神在地上的代言人。这是中国社会的统治者塑造自身形象的最原始、最初级的手段。

中国最早的诗歌总集《诗经》从某种角度讲就是公关的产物。据载，周代的统治者非常注意了解民情。当时人们喜欢用民谣来表达自己的欢乐忧愁及对社会的看法。周天子为及时了解民情，便设立采诗的官吏（称之为“酋人”或“行人”），每年三月到各地去搜集歌谣，名为“采风”。于是，“王者不窥牖户而知天下”。

春秋时，郑国的乡人在乡校议论朝政，有人主张毁掉乡校。执政的子产认为，乡人议政，可以获得很多政事的反馈信息。子产还根据反馈来的信息调整自己的政策，赢得民众的拥护。

孔子的儒家思想与现代的公关思想有很大的融合性。孔子提出的“仁、义、礼、治、信”的道德范畴，是调节人们关系的规则。有人说，孔子的学说就是“人和学”。而公共关系的根本目的也是为组织创造一个和谐的发展环境。

商鞅变法前，在城外竖一木桩，对搬木桩入城者重赏，言而有信，在百姓中树立了可信赖的形象。

汉高祖刘邦进入关中，采用萧何的献策，废除秦朝的法律，召集百姓于灞河桥上，与他们“约法三章”，赢得关中官民的拥护。

唐太宗李世民登基后，广施仁政。他十分明白“水能载舟，亦能覆舟”的道理，为自己树立“贤君”形象。他经常告诫他的大臣：君主依赖于国家，国家依赖于百姓。搜刮百姓血汗来侍奉皇帝，犹如割自己身上的肉充饥一样。李世民的仁政带来了历史上的初唐盛世。

李自成的大将李信在进军中原时，广泛宣传“闯王来了不纳粮”的口

号，四处救济灾民，瓦解明军士气，使李自成的军力和声望迅速上升，一路直取北京。

康梁变法时曾广泛动用舆论。1888—1898年，康有为曾七次上书皇上，要求变法。1895年《马关条约》签定时，康梁鼓动在京会试的举人1300余人联名上奏，提出拒和、迁都、变法的主张。后来，他们又组织强学会、圣学会、保国会，创办《中外纪闻》、《强学报》、《新知报》，宣传变法。

古希腊的公共关系思想和活动也非常丰富。亚里士多德在其经典著作《修辞学》中详细阐述了如何运用语言艺术影响公众的思想和行为，指出传播者的可信度影响传播效果，要用情感诉求的方式影响听众。为此，西方一些公共关系学者视亚里士多德的《修辞学》为人类历史上最早的公共关系著作。至今，美国大学传播系开设的《劝服学》，仍将亚里士多德的《修辞学》作为一个重要的理论渊源。在古希腊的政治社会生活中，沟通技术被推崇，也被广泛运用。

古罗马的独裁统治者儒略·恺撒是一位天生的公关奇才。公元前59年，他任执政官时就设置了官方告示牌，将国家大事以《每日纪闻》的形式告之公众，将他率军远征高卢之事写成《高卢战记》，宣传自己的丰功伟绩，拉拢民心，最终于公元前46年登上独裁宝座。

古代埃及、波斯、印度及以后的英国、荷兰等国的开明帝王、统治者和政治活动家，都懂得运用诱导、劝说、宣传等手段来影响民众的态度和社会舆论，尽可能地在民众中树立自己良好的形象，以巩固统治或达到特定的政治目的。

公共关系是从美国发源的。公共关系活动伴随着美国的诞生和成长过程。在长达3个世纪的移民运动中，带有公关色彩的宣传活动起着重要作用。在美国独立战争中，政治家们就认识到公众舆论的价值。塞缪尔·亚当斯在制造革命舆论，反对保皇势力，争取公众参加反英斗争的过程中，创造性地发挥了宣传才能。他将政治活动戏剧化，宣传革命道理；利用报纸揭露殖民统治的罪恶；建立“通讯委员会”传递革命信息。独立后，美国两大政治派别围绕批准宪法问题开展了大论战。双方都在报刊上发表大量论文，阐述自己的主张，攻击反对派。这些论文后来汇编成书，成为美国政治学的经典之作，也为美国后世的公关事业留下了一笔宝贵的遗产。

公共关系还促进了美国高等教育的发展。当今美国许多的著名学府都是在殖民地时期建立的。这些大学在初创过程中面临着艰难的办学环境。为了生存和发展，大学创办人想出各种办法来募集资金。哈佛学院于1641年派出由讲道员组成的三人代表团。到英格兰后，他们发现急需一

种有说服力的宣传手册，于是，《新英格兰的第一批成果》应运而生。可以说这是最早的宣传手册。今天，人们仍将公关人员称之为“带有哈佛口音的人”。另一个筹措资金的办法是给捐助人树碑立传。哈佛学院就因为一个名叫约翰·哈佛的清教牧师将其全部藏书和一半资产捐赠给学院而得名。耶鲁大学、布朗大学等学校都是以捐助人的名字命名。可以说，公共关系是美国大学生存和发展的输血阀。

但是，严格而论，人类早期的公共关系思想和活动不是现代意义的公共关系。当时人们所开展的各种沟通和协调活动带有明显的自发性、盲目性。由于生产力落后，其他非营利组织不发达，人类早期的公共关系活动主要发生在政治领域，带有强烈的政治色彩和伦理色彩。

现代公共关系的产生、发展及在公共部门中的运用

1. 现代公共关系的产生和发展

19世纪以前的公共关系活动和思想属于原始公关范畴。19世纪中期，公共关系开始由原始向现代，由朦胧向清晰，由零星向系统，由感性向理性的历史转变。到20世纪初，现代意义的公共关系在美国出现。接着在短短的几十年里，现代公共关系以燎原之势席卷全球，公共关系学也随之兴起，成为一门引人注目的新兴学科。

(1) 巴纳姆时期。虽然有人将现代公共关系的产生定在美国独立战争时期，但19世纪30年代风行美国的报刊宣传活动，却被公认为现代公共关系的发源期。

19世纪30年代以前，美国出版的报纸价格昂贵，发行量小，主要供上层社会阅读。30年代中期，美国报界出现了一场报业革命。《纽约太阳报》的创办人本杰明·戴伊于1833年安装了新式霍氏滚筒印刷机，使印刷速度高达每分钟1500份。技术的改进大大降低了成本，报纸变得廉价、普及、大众化，出现了“便士报”。这样企业就可利用报纸宣传自己。不少公司和财团雇佣专门人员炮制煽动性新闻，为自己作夸大和虚假的宣传；报刊为了迎合读者的心理，也乐于发表，报刊宣传代理活动盛行。菲尔斯·巴纳姆是这一时期的典型代表。他是一个马戏团的老板，深知舆论宣传的重要性，利用报纸为自己的马戏团编造一个个神话。诸如马戏团里有一位叫海斯的女奴，曾在100年前养育过美国第一任总统乔治·华盛顿；马戏团有一位矮小的汤姆将军，当年曾率领一群侏儒，赶着矮种马拉的车去觐见维多利亚女王，等等。于是，人们抱着好奇心纷纷到马戏团一探究竟，马戏团的票房收入猛增。这种骗局被揭穿后，巴纳姆竟大呼上当。但他又说，“凡宣传都是好事”。这也是当时企业的共同信条。

总之，19世纪中期的报刊宣传活动全然不考虑公众利益，欺骗公众，不择手段为自己制造神话。这在根本上与公共关系的宗旨是背道而驰的。因此，巴纳姆时期被视为公共关系史上一个不光彩的时期。有人称之为“公众受愚弄时期”、“反公共关系时期”。但是，这一时期的公共关系活动已带有一定的组织性和较为明确的目的性，与谋利愿望紧密结合在一起。公共关系已经不再局限于政治活动和思想宣传活动。这为公共关系在以后的发展奠定了基础。

(2) 艾维·李时期。19世纪末至20世纪初，美国资本主义进入垄断时期。垄断财团占有社会大部分财富。他们不择手段榨取高额垄断利润，无视公众利益和社会道德准则，劳资关系空前紧张。由于经济危机频繁爆发，大批中小企业和资本家也在垄断财团的兼并中惶惶不可终日。整个社会充满了对工商寡头的敌意。在此情况下，终于爆发了以揭露工商企业的丑闻和阴暗面为主题的新闻揭丑运动，史称“扒粪运动”。从1903年至1912年的10年间，新闻界发表了2000多篇揭丑文章，还出版了不少宣传小册子和大量漫画作品。这场运动不仅深刻地批判了垄断资本家和政府的丑恶行为，伸张了社会正义和公道，并且还把不少企业组织置于不利的舆论环境之中，使其身名狼藉，难以生存和发展。在“扒粪运动”的冲击下，企业家们按照自己的意图建立的封闭的企业象牙塔已摇摇欲坠。为求得生存和发展，他们被迫走出象牙塔去修造玻璃屋，以提高企业的透明度，让公众了解企业。此时，杜邦公司发生一起爆炸事件。公司对这一消息严加封锁，不让记者采访。越封锁消息，社会上小道消息流传越广，甚至形成了一个可怕的印象：杜邦——杀人。杜邦非常苦恼，对一位在报界工作的朋友诉说。这位朋友给杜邦出了个主意：实行门户开放的政策，让记者采访报道，让公众了解真相。杜邦接受了他的建议，并请他担任公司的新闻局长。公司改变了原来的做法，不仅对事故如实报道，而且注意对社会舆论加以引导，提出“化学工业使您生活更美好”的口号，使公众改变了对杜邦公司的坏印象。杜邦公司的成功，使许多企业开始效仿，纷纷聘请懂行的人从事改善与新闻媒介关系的工作。此后，以“讲真话”获得公众信任的原则越来越被企业认同。艾维·李就是“讲真话”这一思潮的主要代表。

艾维·李（1877—1934）生于佐治亚州一个牧师家庭，毕业于普林斯顿大学，后来在《纽约时报》、《纽约世界报》、《纽约日报》等报社和杂志社担任记者和编辑。针对巴纳姆宣传活动的局限性，提出了“讲真话”的宣传思想。1903年，他创办了一家公共关系咨询事务所，向企业和社会组织提供咨询和宣传服务；协助客户建立、维持与新闻界及公众之间的关