第一章 导 论

现代公共关系是现代市场经济的产物。涉外公共关系是市场经济深入发展的催化结果，是涉外组织为实现自我价值、追求自我发展，拓展海外与境外更为广阔空间的产物。学习涉外公共关系，对组织的发展、国家的繁荣、社会的稳定和经济的发展具有重大意义。

本章介绍涉外公共关系的涵义、特点、研究对象及学习的意义。

第一节 涉外公共关系概述

一、涉外公共关系的涵义

1. 关系的涵义

“关系”既表示事物之间和事物内部的相互作用、相互影响，也表示人与人、人与事物之间的某种联系。“关系”是不以人的意志为转移的客观存在。

从自然界来说，自然界的诸多现象，都是“关系”相互影响、相互作用的结果。季节的变化、潮汐现象的发生，宇宙天体的演化、形成与发展直至消灭，又产生新的天体，这些无不受“关系”的影响和作用。这个影响和作用，从无机物到有机物、无机物之间、有机物之间，小到基本粒子大到银河星系、河外星系、到总星系，直至整个宇宙，概莫例外。

从人类自身来说，人类的出现与进步，也是高等动物——南方古猿与环境相互作用的结果。自然界长期的演化，造就了地球上

需要全本请访问 www.ertongbook.com

各种生物的生生息息不止。自然界气候条件的变化，导致了古猿的一支与环境相互作用，逐步演化成现代人（这个过程经历了漫长的几百万年的时间，据考古挖掘考证，至少在 200 万年以上），而且，这种作用、影响现在仍在继续。

从人与自然的关系来说，人依自然而生存，而发展，而消亡；自然因人而改变。人由于适应自然而生存，改造自然而发展，也由于对自然的过度索取而消亡，这些事例在历史上是很多的。据史书记载，在远古年代，我国的黄河流域是气候温和湿润、植物茂盛、森林遍地、动物种类齐全的地区，商殷的典籍记载：人们曾用大象来运输物资并参加战斗。由于成千年上百年的战火在这流域燃烧不已，人类对自然的破坏性掠夺，致使现在的黄河流域许多地区成为荒漠，植被奇少，人类难以生存。典型的是当时在塔里木河流域许多文明甚为发达的“国家”，现在已消逝。非洲大陆的许多国家，美洲的玛雅人所创造的盛极一时的玛雅文化，是人类重要的文化瑰宝，后来便消失了。究其原因也是如此。

纵观人类与自然，相互之间存在着某种联系，这种联系便是一种关系。哲学上说，没有矛盾就没有世界。矛盾是什么？矛盾就是问题。没有联系构不成问题，也构不成矛盾，因为矛和盾总是成双成对的。没有联系不成为世界，没有关系，也不成为世界。

人类社会“关系”的发展程度、复杂程度、交往的频率是衡量与评价一个社会文明程度的重要标志，我们从远古时代人类的活动半径、农业社会的活动半径、工业社会的活动半径，特别是到现代市场经济下信息社会的活动半径来看，现代人类社会的各种“关系”空前发展、繁荣和复杂。为什么会出现这样的情景？①“关系”具有效能性。任何“关系”都有一定的效能，潜在的、显露的、正面的、负面的，不承认这一点，是难以想象的。②“关系”的时代性。任何“关系”都深深地烙上了那个时代的特征，无法摆脱的。③关系”的客观性。“关系”是不依人的意志为转移的客观存在。它以人的存在为前提条件。这是一。其二，它一旦出现，又不受人的意

志约束，它影响和制约着人的行为，难以摆脱。随着生产力的发展,经济的空前繁荣,人的价值多元化,人们为实现各自的价值,需要多视角多层面的交往，“关系”成为实现自我价值的不可缺少的重要因素。所以,在现代“关系”遍地开花、繁荣和发展。在社会的政治生活、经济生活、文化生活中日益发挥重大的作用和影响。

2.社会关系的涵义

社会关系是以生产关系为基础的一切物质关系和思想关系的总和。社会关系是“关系”的一种表现形式，是人类进行物质文明和精神文明生产、消费过程中形成的。社会关系的存在和发展也是不依人的主观意志为转移的。只要人类存在，人类社会存在，社会关系就一定会发生与发展、丰富与复杂，人们的相互依赖程度也更为明显。随着现代市场经济的发展和繁荣，社会关系对人对社会的发展与影响愈益巨大。

3. 公共关系的涵义

公共关系是社会关系的一种特殊的表现形式，是社会组织与其公众之间的一种利益关系，它的物质载体是社会组织和公众。

从不同的角度来审视，它有多种涵义：从文化角度来看，它是一种现代的文化现象；从理论角度来看，它已形成一门较为系统的理论体系，较为系统地架构了自己的概念、原理、范畴和一系列操作范围 从职业角度来说,它是一种新兴的职业 从实践角度来看，它是一种实践活动；从方法角度来看，它是一种艺术、一种方法和技巧。

4. 涉外公共关系的涵义

涉外公共关系是涉外组织为实现拓展涉外工作的目标，运用传播、沟通手段，与涉外公众相互协调、适应的双向对应的关系管理活动。

定义是对概念与内涵的科学概括。这个定义揭示了涉外组织和涉外公众之间因一定利益发生的关系，涉外组织是利益关系的

主体，涉外公众是利益关系的客体，实现组织目标的手段是传播与沟通，使双方形成协调一致、相互适应、兼顾双方利益的行为规范。主体传播信息给客体，并不断地从客体那儿得到信息反馈，修正主体的政策,调整行为,实现同客体的进一步协调 同时,客体也修正自己的政策,调整行为,呼应主体。这样,才能实现各自的目标,从而达到互惠互利。

5. 涉外公共关系与国际公共关系

国际公共关系是社会组织(政治的、经济的、文化的、科技的、教育的等）跨国采取传播沟通的方法，开展为组织目标提供服务、与公众建立友好互利的公共关系工作。它的工作对象是国际公众（包括驻在国的公众，也包括在我国境内的外国人如旅游者、投资者、外商等)。

涉外公共关系是我国某一涉外组织为实现自己的目标，与国外或境外的公众进行传播沟通来实现组织的目标。这里，涉外公关的目标公众有二类，一类是外国的各类公众，一类是本国的同胞。

涉外公关与国际公关所协调管理的关系有不同之处，运作方式上也有区别。如去国外进行公关活动，需要护照一类的文件，而大陆的人去台湾、香港、澳门地区进行公关活动，只需要往返的通行证即可。

涉外组织怎样来对它的公众进行管理呢？如何使之和谐与协调呢 进行关系管理、协调、处理的方法很多。例如 权力手段,在涉外公关中是不可能使用的；经济手段，在涉外公关中是很难做到的 思想政治工作方法,在涉外公关中是很难操作的 宗教手段,这也不是涉外公关进行关系管理的正常手段。

涉外组织进行关系管理的基本手段是：通过持续不断的双向沟通,与公众相互理解、相互适应,达成相互支持,兼顾双方利益，依靠自己的行为和良好的形象，增强美誉度、可信度，进而实现组织目标，推动组织及其公众的发展。

涉外公关的运营有着自己的功利观。它的运营是为了实现组织目标，不仅包含了组织的发展，也包含了涉外公众的成长与发展，在实现组织利益的同时，也必须兼顾公众的利益，推进公众的成长与发展，帮助公众的目标的实现。否则，组织不仅不能充分实现目标，还会损害已取得的利益，使良好的形象受损。这一点已经为为数不少的涉外组织的教训所证明。

二、涉外公共关系的特点

涉外组织与其他行业、部门在社会职能、活动空间、活动对象、活动目标及工作方式上有不同，具有如下特点。

1. 公众关系的广泛性

涉外组织的公众是指与组织有一定利益关系的外国和境外各级各类组织、群体和个人。这些涉外公众广泛地分布在世界各国和各地区，与国内公众相比，除具备一般公众的特点外，还具有新的特点。由于涉外公众所处的国家与地区的地理、历史、文化背景、政治制度和经济制度的不同，形成了他们的生活方式、价值观、思维方式、风俗习惯、行为规范、文化艺术欣赏标准等方面的巨大差异。

涉外公众关系的广泛性给我国公关界提供了不少新的研究领域和新的要求。

2. 传播沟通的复杂性

涉外公关活动的过程，实际上是涉外组织与涉外公众之间的信息双向传播与沟通的过程。传播与沟通的成效决定了涉外公关活动的成败。

国外与境外的传播沟通的复杂性，表现在诸多方面。如：社会制度与民族的不同，历史、文化、语言、文字、媒介的不同，以及公众对媒介的偏好程度不同，均构成传播沟通的复杂性。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

3. 涉外活动的风险性

进行涉外公关活动的终极目的是使组织在国际市场和境外市场的活动中,获得最好的效益——社会的和经济的。特别由于国际市场的各种力量、环境的干扰性强,竞争的激烈性、不可控性,使涉外组织的公关活动，与国内的公关活动相比，有更大的风险，随时可能陷入误区而带来危机，给涉外公关活动目标带来重大损失。如：

(1)政治风险

战后，发展中国家先后实行国有化，一夜之间外来资本被剥夺，这一做法使不少发达国家心有余悸，向发展中国家投资时顾虑重重。两伊战争，使中国承包的工程项目被迫停止，贸易合同停止执行，损失巨大。政治局势的变化或国际冲突，给涉外公关活动参与者带来危害和损失，也包括涉外关系合作不当或误会给国家间的政治关系蒙上阴影。

(2)市场风险

涉外组织的公关活动主要是在国外、境外市场进行的。国际市场风起云涌，时常波浪滔天。在此，涉外组织就得经历国际市场的风险。国际市场的风险主要有：

①汇率风险。在比较长的付款期中，由于汇率变动而造成结汇损失的风险。在货币市场上，各币种间的汇率涨落天天都有，短时期交易量不大，损失小。在一定时期内变得明显而量大时，一方的损失是很大的，另一方则得利。

②利率风险。利率是金融市场的杠杆，它的变动制约着资金的供给与需求的方向和数量，利率风险主要是指国际金融市场上由于各种商业贷款利率的变动而给当事人带来损失或得益的风险。

③价格风险。投资规模大、持续时间长的项目价格风险大。大型工程项目有的设备在后期提供，若合同谈判阶段把这些设备的价格定下，有风险性，因为价格会发生变化。

三、涉外公共关系学及其研究对象

1. 涉外公共关系学的含义

涉外公共关系学是研究涉外公关状态、活动及其规律的关系管理的理论体系。

涉外公共关系学研究涉外组织、涉外公众、涉外媒体、涉外环体四大要素和涉外公关状态、职能活动的运营规律。涉外组织是涉外公关运营的主体，涉外公众是因某种利益而与涉外组织发生联系的组织、群体和个体；涉外媒体是信息与传播载体的统一，是联系涉外组织与涉外公众的信息通道；涉外公关环体是涉外组织在公关活动中影响公关目标实现的内外因素的总和；涉外公关状态是指涉外组织与涉外公众相互联系的情况、相互作用、相互依赖和相互促进、发展的密切程度。

涉外公关职能活动运营是有客观规律的。涉外公关状态总是处在运动变化发展的过程中，作为涉外公关主体的组织为了实现组织目标，一直在能动地认识、运用和驾驭它，使之有利于组织目标的实现，不因为发生震荡而偏离目标，这就是组织对涉外关系的处理。一个涉外组织处理公关问题恰当与否，将会影响组织与它的公众的关系及其发展变化的趋势。如果处理得好，可树立良好的组织形象,增强组织的吸引力,使这种关系日趋良好 反之,也可使这种关系日益恶化，最终影响该组织的生存和发展。因此，涉外公关的职能活动，就其基本属性来说，属于管理学的范畴。涉外公共关系学通过理论和实务的结合，揭示出职能活动的运作必须双向沟通、互惠互利,利益上主客体应该基本平衡,共同发展等,就是带有规律性的认识。

涉外公关依赖什么手段进行职能活动？这就是涉外组织始终如一、坚持不懈地运用传播、沟通手段，在组织与公众之间架起一座桥梁,使彼此的信息交流畅通无阻,实现沟通,达成共识。

传播作为一种手段，地位十分重要，它是构成公关运营系统的

基本要素之一，是联结涉外组织与其公众的纽带和桥梁。如果没有传播、沟通,那么涉外公关活动很难进行下去。

传播沟通是涉外公共关系的基本要素之一，又是界定涉外公共关系活动的依据之一。

涉外公共关系的沟通是双向的信息沟通。涉外组织和它的公众发生关系，为了取得涉外公众的支持与信任，实现组织目标，就必须使它与公众的信息交流渠道畅通无阻，才能互相了解、协调、适应，求得共同的发展。

涉外组织为了取得预期的传播效果，还应辅之以公关宣传。传播沟通加上有效的公关宣传，往往能收到良好的效果。

公关宣传要注意涉外受众的利益、价值观，从受众的认识结构和欣赏水平、欣赏习惯出发,选择适当的内容、背景、场合、气氛,把握宣传的时机，选用适宜的媒介，会收到良好的效果。

2. 涉外公共关系学研究的对象

(1)涉外公关的发展历史

任何事物包括涉外公共关系学都有一个成长、发展的过程。涉外公关的历史源远流长。涉外公关有一个逐步积累的过程。现代考古挖掘证明，先祖们早在原始公社时期就有了涉外交流的需要，如在现在的中亚腹地挖掘出东部沿海的贝壳做成的装饰品和货币，说明部落之间经常派出代表同对方谈判；到奴隶社会时期，国与国的商人跨国界、跨民族、跨地区的经营商品与文化交流更为发展，这种准涉外公关为现代涉外公关的产生与发展做了必要的准备。研究各个国家涉外公关与它们的社会、政治、经济、文化、科技等的联系，特别是现代市场经济进一步发展与涉外公关的联系更有意义。

(2)理论

涉外公关理论和涉外公关实务结合起来，可以发挥出它的能量。涉外公关理论对涉外公关实践起着指导作用，涉外公关丰富的实践，为涉外公关理论的丰富、发展、深化与完善提供源源不断

的营养，使之日益成长与完善，并以此来检验理论的正确与否。涉外公关学研究的是一种十分复杂的社会现象。与涉外公关相关的许多领域的学科,如社会学、心理学、舆论学、民族学、民俗学、人际关系学、传播学、新闻学、广告学、管理学、市场学、地貌政治学等构成了涉外公关学的理论基础。

(3)实务

涉外公关实务是研究具体的操作问题，通过对涉外公关活动的分析，总结出带有规律性的方法与技巧，有利于实现涉外组织的目标。在此基础上，进行理论概括，以更好地指导涉外公关实践。

四、涉外公共关系学的特点

由于涉外组织与其他组织、行业在社会职能、活动范围的不同，因此在公关活动的对象、活动的目标和工作方式、工作程序等方面,具有自己独立的特点,主要表现在：

第一，发展性。涉外公关学是普通公关向纵深方向发展的产物。我们知道，现代公关是现代市场经济孕育的产物。现代市场经济的快速发展，推动了公关向各个领域的渗透，又孕育了这一领域的公关。市场经济推动涉外组织与外国公众、境外公众加强联系和交流，要求与这一领域的具体实践结合起来，形成理论和方法，来指导实践，于是普通公关发展到行业公关，如企业公关。许多企业为扩大效益,发展海外生意,纷纷接待海外、境外客户,产生了涉外公关。所以涉外公关在公关史上具有发展性。此外，其本身也从不成熟到比较成熟、从不完善到比较完善，涉外公关组织也经历了从企业组织到其他涉外组织这样一个逐步发展过程，体现了它的发展性。

第二，涉外性。涉外公关的公众是指与本组织有着特定利益关系的外国组织和个人,也涉及境外的华侨,以及澳门、香港、台湾等同胞和华裔。他们广泛分布世界各地，涵盖面广。涉外公关学从涉外的角度，研究关系管理的方法、步骤与技巧。

第三，开拓性。涉外公关研究的领域是公关苑中一片处女地，她开拓了公关研究的新领域、新视野。这种开创性研究，为公关理论宝库增添了一笔财富，也为各级涉外组织带来关系管理的指导和财富的增加。

第四，不成熟性。涉外公关是刚刚从行业公关发展起来的层次公关，近几年才见诸报导。时间短、归纳少、研究刚起步，不成熟性、不完善性，是显而易见的，体现在理论研究缺乏像普通公关那样的深度和力度，对涉外公关实践尚缺乏深入的概括和指导。急需公关界同仁和从事涉外公关的人士携起手来，去研究，使之逐步完善与成熟起来。

第二节　涉外公共关系的产生

一、对外交往的需要

大凡一件事物的出现，一门新学科的诞生，都有它诞生的内在理由和外在根据。涉外公关的出现也是如此。

自从地球上出现最灿烂之花——人类和人类社会以来，就充分表现了人类的天性：对外交往。对外交往的目的有三：一是丰富自己的物质生活，二是丰富自己的精神生活，三是扩大自己的视野。

人类早就开始对外经济交往。考古证明，地处亚洲大陆腹地的先民遗址中，中国的先民们已经有了沿海的贝壳，这是进行对外交流的货币。此后，中国的陆上与海上丝绸之路相继开通，中外双方互换的工艺品、生活用品、动植物日益增多，繁荣了双方的经济和文化。张骞通西域，唐僧西天取经，鉴真和尚东渡日本，郑和下西洋，都堪称世界涉外公关史上最早盛开的花朵之一，是人类史上涉外交往的最早记录。可见涉外公关源远流长。

历史推进到现代，随着科技迅速发展，经济交往的频繁，经济

互补性的增强，任何一国想要单独发展经济，提高国力都是颇为困难的了,都需要与外国互通有无,互相往来,取长补短,以提高和加快经济建设的速度和质量。对于一个具体的组织（经济组织、文化组织、科技组织等）也需要开展对外交往，以丰富和发展自身的经济实力、科技实力，加强在国际市场与境外市场上竞争的实力，提高知名度,扩大美誉度,塑造自己的良好形象,推销自己的产品,并吸收消化他人的技术，提高自己产品的质量，增强竞争。

除了经济上的交往、交流，还有一个文化上的交往与交流，敦煌石窟壁画和雕塑艺术，就深刻地揭示了人类对外文化交流的源远流长之一斑。两国、多国、多民族的文化交往交流融汇为新的文化，促进了中国文化的长足发展，丰富了中国人民的精神生活，也促进了他国和境外文化的发展。

中国四大发明，通过涉外交往，传至世界各地，对世界文明的发展起了无与伦比的推动作用。

现在，文化艺术的交流更是日益频繁和丰富多彩，其密度和频率都高过历史上任何一个时期。

体育交流更是盛况空前。在天津进行的第 43 届世界乒乓球赛，是一次盛大的涉外公关活动，为展示中国特别是天津市的风貌起了很大的作用，中国体委，尤其是天津市体育界，为这届比赛进行了精心的涉外公关策划。1993 年在上海举行的东亚运动会，在刘振元副市长的策划下，更是涉外公关大手笔。在法国进行的本世纪末最后一届——第 26 届世界杯足球赛，是一次十分扣人心弦的涉外公关大舞台。1998 年 10 月 29 日在上海举行的中国国际旅游交易会是一次规模盛大的涉外公关活动。

政治上的涉外交往，从古至今，一直长盛不衰。古代的帝王，为了宣扬本国的实力，派使臣出访，进行涉外公关活动，展示国君形象。在今天，各国领导人互访，也是为进行政治上协调行动，沟通观点，谋求共同发展。

青年组织、妇女组织也都要开展涉外公关，塑造形象，扩大视

需要全本请访问 www.ertongbook.com

野,广交朋友,接待国外来访者,或去国外访问,都需要涉外公关的理论与方法的指导。

二、改革开放的需要

改革开放以来，中国很多组织都面向世界各国的组织和朋友，敞开大门,欢迎他们来访,谈项目,投资办厂、建校。中国很多组织也纷纷派人出国、出境考察，学习对方的先进之处，对自己有所帮助和启迪。由于双方都存在这种需要，改革开放以来，交往、交流的频率空前增加。如上海玉雕厂，这个厂不过 200 来个员工，一年就接待了世界各国的友人 12 万多人，这一趋势，随改革开放的发展，日益增多。面对如此众多涉外公众，若无涉外公关的指导，是很困难的。也许有人会问，从前并没有涉外公关，我们不是照样在做涉外公关工作，这句话讲了一个方面，没讲全。涉外需要涉外公关的科学指导,才能健康发展,提高涉外公关的工作成效 反之,工作成效不大，还易受影响，受损失，不利于进入国际市场和境外市场。

改革开放以来，国门开得更大了，为各级涉外组织争取朋友提供了便利，但能否争取到朋友，还需要借涉外公关一臂之力。

有一乡镇企业，通过不少途径，邀请到一位原籍本地的旅美华侨高老先生,来本乡参观,洽谈合作、振兴家乡经济之事。县委、县府、县外资办、县开发办、乡党委、乡政府及乡各公司、高老先生家乡的村长、支书等二十几号人一起参加为高老先生的宴请活动，每宴必有大量的陪客。三天以后，盛情难却，草签了意向书，乡村干部满天欢喜，以为抱到了一个金娃娃，振兴经济大有希望。可是他们翘首以待，等了一个月，才接到从美国来的一封信，拆开一看，上边只有几个字：成由勤俭，败由侈。他们不知道是什么意思而发呆。

如果，他们能得到涉外公关的帮助，情况会是不同的了。

改革开放中组织需要结交新关系，争取新朋友，使新的公众能

成为组织的稳定公众，这就需要涉外公关的帮助。

在改革开放中，组织急需和外国、境外组织、个人扩大交流的心态是十分强烈的。在交流中，能不能比较快地把潜在公众转化现实公众，再由现实公众一步一步转化为感情公众和行动公众，进而成为组织的稳定公众，这对组织的发展是很有意义的。为此需要涉外公关的帮助。

三、实现价值观的需要

涉外组织是一个社会有机体，它有感情、有欲望、有自己的价值观。

每个涉外组织为了发展、壮大，有一个共同的心态：扩大在国内外的知名度，特别是在国外，想名播七大洲四大洋。组织的知晓度越高，组织的美誉度越高，组织在公众中的印象就越深刻，那么，组织在海外的价值观也越容易实现。

上海大世界游乐中心，由于在国内外公众中享有很高的知晓度和美誉度,加上历史悠久,可信度高,总经理杨启祥说:"在国外，不少人都知道我们的名字，所以，当我们有一定实力，去国外办企业时,比较顺利,如在韩国和美国,在那儿各办了一家制衣公司,很顺利,原因是我们出了名。"

作为一个涉外组织，都有一项或多项组织目标，这些目标的实现,需要它的公众——外国人或境外同胞的参与。时下，不少组织要与外资联手办企业,生产出成品,要销到各国去,这些,均要涉外公关知识和方法的帮助，才能办得更顺利。

当一个涉外组织有了实力和业绩，他们就要"勤吆喝"。然而怎样'吆喝",给哪些对象进行'吆喝",掌握'吆喝'的度,才能达到宣扬组织的实力，为广大公众乐意接受，这些需要涉外公关的一臂之力。

四、便于操作的需要

涉外公关与国际公关有不同之处。国际公关多为国家之间或者我国地方政府与国外的政府之间发生的关系。它规模一般较大，比较严肃。而涉外公关调整的是一具体的涉外单位和国外或境外的某一单位或个人关系。它规模比较小，是一些具体问题，比较好操作，而且不会产生严肃或反感的政治问题，操作起来比较容易。

总之，涉外公关的产生，是在改革开放的大前提下，涉外组织开展对外发展、交往的需要,实现价值观的需要,便于操作的需要。需要产生动力，推动理论工作者与实际工作者去开垦这片处女地，使这颗幼苗——涉外公关在中华大地茁壮成长，成为公关百花园中一株引人注目的鲜花。

五、中国涉外公共关系的出现

中国共产党不论是在领导人民进行武装斗争、夺取政权的过程中，还是在建国后的经济建设中，都要与世界各地的侨胞进行沟通，争取他们对祖国解放和建设事业的支持和帮助，有着大量的成功的涉外公关活动，但是还缺乏系统的理论概括。

80 年代起，中国实行改革开放，发展社会主义市场经济好似春风化雨，给涉外公关以丰富的养分。从此，涉外公关在公关向行业化层次化方向发展中破土而出，迎风招展。

改革开放以来，大批的组织为了发展经济，提高效益，向海外和境外拓展市场，纷纷和外国公众及境外同胞联系，寻找合作伙伴，这都是带有涉外公关色彩的运营。但是这些实务工作者，缺乏涉外公关素养，特别是涉外公关理论修养，尚难从学科建设的角度来总结，建立涉外公关学，指导涉外公关实践。今天，当公关向行业化层次化方向前进的时候。一批公关理论研究人员敏锐地注意到这个问题的重要性。他们进行调查研究，经过几年的努力，终于

使涉外公关在公关园地破土而出，出现在中国大地上，给人以启迪，也给人提供一个评议的对象。

第三节　学习涉外公共关系的意义

一、有助于涉外组织的发展

学习涉外公共关系，能够处理和管理好与涉外公众的关系，为涉外组织树立良好的形象，争取广大的朋友；能为组织争取广阔的国际市场和境外市场及获取丰富的信息资源。

学习涉外公共关系，有助于文化事业的发展。作为涉外文化组织，需要与外国、境外同行进行交流，切磋技艺，提高自身的水平。上海经常举办的国际电影电视艺术节，就是一次盛大的涉外公关活动，对于展示上海文艺工作者的水平，展示上海市民的整体素质都是一个不可多得的机遇。

学习涉外公共关系，有助于科技事业的发展。当前，在科技战线，由于多种原因，在不少领域，我们尚未赶上和超过发达国家。要加快我国科技事业的发展，应扩大国际间的科技交流，吸收国际上先进的东西，加快我国科技事业的发展速度，提高我国科技水平。上海华东理工大学化学物理技术研究所，由于正确地开展了涉外公关，吸收了国际超微颗粒的最新成就，而抢占了这一领域的前沿，取得了令人瞩目的经济效益和科学技术成就，从 3 个人发展为 60 人的高科技集团,年产值达 1 亿多元,净利润 1000 多万元。

二、有助于涉外组织成员的发展

涉外组织在与外国公众或境外同胞的交往中，他人取得的突出成就是对组织成员的一种刺激和激励，使他们很好地向涉外公众学习，为组织争光，为组织的壮大而努力。

涉外组织成员也企盼到外国去扩展组织的事业，在加强其他

素质修养的同时，提高涉外公关的修养，实现跨国界的扩展。

学习涉外公关，能够推进人们尤其是涉外科技组织成员去实现更高层次的需要。人们都认为能够结交异国的朋友是一件很光彩的事，能够获取新的信息，寻找到新的前进坐标。在涉外组织里的成员，运用涉外公关知识，结交外国朋友，和境外同胞发展友谊，探讨新问题，提高自身的科技水平，加快科学研究的进程，其意义十分重大。

某市，一涉外科研单位的一个课题组。有三位青年去某一先进国家的研究单位进修。小王、小李思路敏捷，但工作作风不扎实,在实验中,由于粗心,常常导致实验失败,而被导师批评后又唯唯诺诺，导师批评错了，也照单全收。而小钱思路一般，但工作谨慎，出了差错，总是细致地寻找原因。有时，由于导师给的数据等原因而出的差错，经他反复验证后，均用恰当的方式，向导师提出，并指出错在哪里，正确的数据是多少等，不料急坏了小王、小李他们,生怕导师生气。未料到,导师听后,沉思了好一会儿,又很细致地看了小钱的实验报告，提了两个问题，小钱一一回答。老教授喜形于色，拍着小钱的肩膀说："OK ！好样的！搞科学研究，一定要坚持实事求是的精神，又要有怀疑的态度，怀疑是走向成功与胜利的阶梯。我欢迎这样的青年。 "原来小钱出国之前，曾看过一本青年公共关系学，其中有一章专门讨论青年涉外公关的，看了多次，把其中一些重要的内容记牢了。到国外后，他运用涉外公关的知识，进行了一些涉外公关调查。发现他们的导师不喜欢唯唯诺诺，喜欢严谨治学。他对小王、小李讲了他的认识，使小王、小李改变了做法，赢得了导师的喜欢，悉心传授。三年的任务，两年完成了，而且取得了三项重大突破，被学术界誉为三颗新星。导师一再挽留，他们征得原派出涉外组织的意见，又工作了一年才回国。回国时把导师也请回国内，一起工作了一年，帮助他们研究所解决了几项重大的科技关键问题，而受到所、部的高度赞扬。三位青年说："这是涉外公关告诉我们这样做的。 "

三、有助于社会的稳定和发展

涉外组织是社会的细胞。涉外组织和外国公众、境外公众建立友好往来，相互取长补短，提高了经济效益和社会效益，为国家昌盛做出了贡献。每个涉外组织都这样做了，整个国家也就稳定和发展了。

涉外组织是民间进行涉外工作的大使。通过民间的交往，使两国人民之间的友谊和了解得到加强，一些摩擦可以通过民间渠道进行沟通，加以消除，避免上升为政治性的、国家性的摩擦。在国际关系史上往往有这样的例子，由于某种原因，国家间的、政府间的政治性来往很难，常常是通过涉外组织的民间交往，和外国组织建立关系,发展友谊,互相了解,积累到一定时候,建立国家间的政治性关系，便是水到渠成。我国与日本、美国、以色列关系的建立和发展便是这样，其中，以与日本的民间外交最为出色。

涉外组织开展民间外交灵活方便。它没有国家的外交工作那样的刻板与严肃，能够广泛深入社会各个层面，在外国交朋友，广结善缘，传播涉外组织和国家的美好形象，使外国公众加深对我国的了解，愿与中国保持与发展友好关系，支持中国的改革与开放，推进中国的社会主义建设；使境外的同胞了解国内情况，为支援祖国建设贡献力量。祖国繁荣富强了，社会也就稳定了，人民的经济、文化生活水平也就提高了。

学习涉外公关的意义是多方面的。上面只是列举部分，通过学习和实践，它的意义可在多方面显示出来。

思考题：

1. 你是如何理解这一论断的“公共关系的理论和运营艺术是人类文化成果之一。”

2. 试述学习涉外公关的意义。

3. 试述建立涉外公关的原因。

需要全本请访问 www.ertongbook.com