

公共关系学

概 论

刘建新 编著

学苑出版社

公共关系学概论

刘建新 编著

公共关系学

学苑出版社

编写说明

公共关系学是社会科学领域中的一门新兴学科。随着国内公共关系活动的逐步开展,公共关系作为一门科学也日益受到人们的重视。目前,国内不少高等院校相继举办了有关公共关系的讲座,开设了相应的课程或专业,为普及公共关系方面的知识和开展公共关系活动做了许多有益的工作。北京广播电视大学为了适应培养公共关系人才的需要,将于1988年9月开设公共关系专业,这无疑会对首都公共关系活动的开展起到一定的积极作用。为此,我们编写了《公共关系学概论》、《公共关系应用写作》、《公共关系实用语言》、《公共关系实务》等,作为该专业的教材。

近几年,国内不少研究者撰写了一些公共关系学专著,它们使编写者在编写这本《公共关系学概论》中受益匪浅。特别应当指出的是,在这本教材中采用了上海复旦大学居延安同志《公共关系学导论》中所介绍并提出的一些公共关系基本原理和方法,在这一基础上,编写者又进行了不同程度的阐发,表现了编写者的一些浅陋见识。由于编写者对公共关系学涉足不深,加上学识有限、时间仓促,书中一定存在着不少问题和缺陷,特恳请各位专家、学者、广大学员和读者给予批评、指正,并希望以民主讨论的形式交换意见,以推动公共关系学的研究工作。

公共关系学是在资本主义土壤中产生出来的，其自身的历史还不足半个世纪，因此，不仅公共关系学的体系还很不完善；社会主义公共关系的性质、特点等更有待于我们做进一步的探讨。我们希望与公共关系的研究者和实践者一起完成建立具有中国特色的社会主义公共关系学的重任，使之为我国社会主义建设服务。

编著者

1988年6月

目 录

绪论	(1)
第一章 公共关系的产生和发展	(6)
第一节 公共关系历史回顾	(6)
一、公共关系的发端	(7)
二、公共关系的职业化	(8)
三、公共关系的科学化	(9)
四、公共关系的学科化	(10)
第二节 公共关系是社会进步的产物	(11)
一、商品经济的发达为公共关系的产生 和实现提供了“土壤”	(11)
二、政治民主化为公共关系的产生 和实现创造了“气候”	(13)
三、现代科学技术的发展为公共关系的 产生和实现提供了必要的手段	(15)
第二章 公共关系的本质特征	(17)
第一节 公共关系的本质特征	(17)
一、关于公共关系的不同定义	(18)
二、公共关系的三个本质特征	(21)
三、公共关系的定义	(35)
第二节 有关问题的辨析	(37)
一、公共关系与庸俗关系学	(37)

二、公共关系与应酬、交际活动·····	(41)
三、公共关系与广告、宣传及推销活动·····	(42)
四、公共关系与企业公共关系·····	(46)
五、社会主义的公共关系·····	(47)
第三章 组织 公众 传播 ·····	(52)
第一节 公共关系的主体——组织·····	(52)
一、什么是组织·····	(52)
二、组织的基本特性·····	(55)
三、组织与环境·····	(59)
四、组织决策·····	(63)
第二节 公共关系的对象——公众·····	(67)
一、什么是公众·····	(67)
二、公众的特性·····	(70)
三、公众的分类·····	(75)
第三节 公共关系的手段——传播·····	(86)
一、什么是传播·····	(87)
二、传播的特性与方式·····	(88)
三、传播符号·····	(104)
四、传播效果·····	(107)
第四章 公共关系工作的两个基本原则 ·····	(118)
第一节 事实性原则·····	(118)
一、事实是传播的基础·····	(118)
二、开展公共关系工作要实事求是·····	(121)
三、根据事实调整组织的政策和行为·····	(123)
第二节 公众利益原则·····	(124)
一、公众利益是公共关系工作的出发点·····	(124)

二、在公众利益的基础上实现双方获益·····	(127)
第五章 公共关系工作的模式·····	(129)
第一节 调查研究·····	(129)
一、调查研究及其意义·····	(130)
二、公共关系调查的任务和内容·····	(134)
三、公共关系调查的基本方式和方法·····	(136)
第二节 制订计划·····	(149)
一、制定目标·····	(150)
二、选择传播渠道·····	(154)
三、预算·····	(155)
四、撰写书面报告·····	(156)
第三节 策动传播·····	(158)
一、语言造成的沟通障碍·····	(159)
二、观念等造成的沟通障碍·····	(164)
三、影响注意的因素·····	(166)
四、影响理解的其他因素·····	(168)
第四节 评价结果·····	(170)
第六章 公共关系机构与人员·····	(173)
第一节 公共关系的组织机构·····	(173)
一、公共关系公司·····	(174)
二、公共关系部·····	(183)
第二节 公共关系工作人员·····	(198)
一、公共关系部负责人的职责·····	(198)
二、公共关系人员的素质与能力·····	(199)
三、公共关系人员的职业道德·····	(209)
四、人人都能成为公共关系人员·····	(212)

绪 论

学习目的与要求

●了解并理解这一观点：公共关系在我国的兴起是社会发展的必然结果

●明确公共关系学的研究对象和基本任务

我们的祖国在经历了剧烈的动荡和沉痛的反思之后，终于开始了一场深刻的变革。伴随着这场变革，公共关系这样一个新奇而陌生的事物悄悄地来到了 960 万平方公里的一角，并逐渐从南方走向北方，从沿海走向内地，从中外合资企业走向国营企业，从经济组织走向高等学府。仅仅七八年的时间，就在我们面前呈现出这样一些事实：

1981 年，它作为一种经营管理手段，首先出现在深圳经济特区的一批中外合资企业中。

1984 年，在深圳、珠海、广州、佛山和北京等地的一大批中外合资企业中相继开展起公共关系活动。

同年，广州白云山制药厂首创国营企业设立公共关系部的先例。

1985 年，深圳举办了国内第一个公共关系培训班。

这一年 8 月，中国环球公共关系公司成立。

3月，深圳大学第一个开设了与公共关系相关的专业——公众传播专业

1987年6月，中国公共关系协会在北京人民大会堂宣告成立。

.....

公共关系为什么能在这么短的时间内在中国大地上蓬勃兴起？它为什么能得到人们如此的重视？难道这仅仅是一种偶然现象吗？公共关系的魔力又在哪里呢？

假如我们把公共关系同中国改革的现实联系起来，同中国的对外开放联系起来，也许就不难作出结论了。

在解答这些问题之前，我们不妨先引录一则对公共关系的解释：

公共关系是一个社会组织用传播的手段使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。^①

现在我们就根据这样一个对公共关系的认识来寻找上述问题的答案。

自从中国共产党十一届三中全会以来，党将其工作重心开始转向经济建设，并承认了这样一个简单的事实：社会主义的发展离不开发展商品经济。于是，在此后的几年中，商品经济开始迅速发展、长足进步。由于商品经济的发展，首先给经济领域中的社会组织带来了这样的问题：

问题之一是经济的发展对生产的分工与协作提出了更高的要求。各个部门、各个地区、各种行业和各种不同经济成分之间形成了日益广泛、日益频繁和日益复杂的联系，各种社会组织之间的相互依赖越来越强，社会组织同环境之间的相互

依赖也越来越强。每个组织的政策和行动都会影响到其他的组织或环境,而每个组织也同样受到环境或其他组织的影响。在这种情况下,如何在组织相互之间、在组织与环境之间建立起一种和谐、协调和平衡的关系呢?人们开始寻求这种调节机制。公共关系正是这样一种调节机制,它的作用就是帮助在组织与环境之间建立起一种平衡、协调的关系。因此,它在中国的兴起也就成为必然的了。

问题之二是商品经济的发展带来了生产上的竞争,逐渐地,竞争机制开始渗透到其他非生产领域。在这种情况下,社会组织,特别是经济领域里的组织开始面临生存和发展的挑战。一个组织要想在竞争中生存发展,就必须在提高组织自身素质的同时,提高经营管理水平,提高社会效益和经济效益,提高组织的信誉,完善组织形象,并通过有效的工作来谋求社会对自己的承认,谋求社会公众对自己的了解、理解、信任、合作甚至支持。而当商品经济发展到一定阶段,卖方市场转向买方市场时,这一点就表现得更为突出了,对组织的这种要求也就更为强烈了。公共关系正是通过信息交流来谋求公众对组织的了解、理解、信任、合作和支持的一种特殊的手段和特殊的活动。“物竞天择,适者生存”。为了使组织生存、发展,组织不能不注重公共关系工作,不能不把公共关系作为使自己立于不败之地的一种保证。

随着改革的深入和商品经济的发展,经济领域中的这些变化也将影响到其他领域,并带来其他领域中的相应变化。政治组织、文化组织都不可避免地要把公共关系作为自身工作的一个重要组织部分。

由此可见,公共关系在我国的迅速兴起和发展,绝不是偶

然现象，它是社会发展的必然结果，是体制改革和对外开放的必然产物。

二

公共关系是一门科学，它产生于本世纪初的美国。起初，它仅仅是作为一种职业出现在社会上，逐渐才形成了一门科学。虽然它是社会科学领域中的一门新兴学科，其历史也还不足半个世纪，但今天，它无论作为一种管理手段，还是作为一门科学，都已经在整个世界产生了重大影响。

那么，什么是公共关系学呢？公共关系学是研究向特定的公众输导信息和获取信息的方法、手段、步骤的科学，^①或者说是以公共关系为研究对象，旨在揭示公共关系活动的规律并以这种规律指导公共关系实践的一门科学。

公共关系学的研究对象就是一个组织同它的特定公众之间的关系；公共关系学的任务就是揭示公共关系活动的规律，并以之指导公共关系实践。

公共关系学是现代社会的产物，它的产生和形成与近代和现代众多科学和学科的产生、发展有密切的关系。新闻学、传播学、社会学、管理学、经济学、社会心理学等，成为构成公共关系学基本理论的基础；广告学、舆论学、系统论、信息论、控制论、统计学、行为科学等又为公共关系学注入了营养，从而使公共关系学成为一门综合性的交叉学科。

作为一门科学的公共关系学，对公共关系活动有着很强的科学的指导作用，我们学习公共关系学的目的也正是要以理论来指导实践。由于我国的公共关系活动刚刚起步，再加

上我国还处在社会主义的初级阶段，所以国内的公共关系实践中不可避免地存在着一些问题，许多人对公共关系或者知之甚少，或者存在着误解和偏见。这些问题的存在，更使我们学习公共关系学具有重要的现实意义。

此外，公共关系学是在资本主义商品经济的土壤中生长出来的，它自然会带有那个社会的某些特点。我们把它介绍过来，并不是不加分析地全盘接受，而是要剔除糟粕、取其精华，使它为我国的四个现代化建设服务。我们要在介绍和批判地继承的基础上，在我国公共关系活动蓬勃开展的基础上，建立起一门具有中国特色的社会主义公共关系学。

思考练习作业

1. 什么是公共关系学？
2. 公共关系学的研究对象是什么？
3. 公共关系学的任务是什么？

注 释

①(英)弗兰克·杰夫金斯《公共关系学》(何道隆等译)中译本“译者的话”。

第一章 公共关系的产生和发展

第一节 公共关系历史回顾

学习目的与要求

- 了解公共关系产生和发展的简单情况
- 熟悉公共关系发展的几个主要阶段及其代表人物

公共关系是什么时候产生的？这个问题尽管不难，却不是用一两句话就可以说得清的。作为一门学科来说，公共关系学的历史还不足半个世纪；作为一种职业来说，公共关系也不过是本世纪初才出现的；而作为一种具有社会意义的活动来说，公共关系的历史就非常久远了，要弄清这个问题就要区分一下广义的公共关系和狭义的公共关系了。如果我们把人类历史上一切具有某些公共关系性质的活动都包含在公共关系中，那么这种广义的公共关系就是古已有之的，我们可以找出这方面的例证：

考古学家曾在伊拉克发现了公元前一千八百年的一种农业公告。它告诉农民如何播种，如何灌溉，如何对付危害庄稼的老鼠，如何收获庄稼，很有点象现代社会某些农业组织公共关系部的宣传资料。^①

在古代的中国也不乏这方面的例子：

战国时代的著名人物邹忌，就曾劝告齐威王重视和听取

民众意见,以使齐国成就霸业。齐威王听从了邹忌的劝告,终于使国家强盛起来,”燕、赵、韩、魏闻之,皆朝于齐。”

秦末的农民起义领袖陈涉,曾经把写着“陈胜王”的帛书藏在鱼腹里,并让人装神弄鬼地制造“陈胜王,大楚兴”的舆论,以赢得民众的拥护,终于揭竿而起。

三国时的诸葛亮,也曾凭着三寸之舌劝说吴主孙权,最终使孙刘两家结成了抗曹联盟。

无论从古代的外国或是古代的中国,我们都不难找到带有某些公共关系性质的活动。但是,它们毕竟不同于现代社会中的公共关系,两者无论在性质、含义、内容等方面,还是在方式、方法等方面都有很大的差异。而我们在公共关系学中所要讨论和研究的,则是现代社会的公共关系,或者称之为狭义的公共关系。从这个意义上说,公共关系完全是现代社会的产物。正如居延安《公共关系学导论》中所说的:“公共关系作为一种新的社会思想和活动,其源头并不在古代,而是在美国 19 世纪中叶风行的报刊宣传活动”。

一、公共关系的发端

19 世纪 30 年代,美国出现了一种廉价的报纸,它以广大市民为读者对象,面向普通人。因为只要一便士就可以买到一份,所以又叫“便士报”。象当时的《纽约太阳报》、《纽约先驱报》、《纽约论坛报》和《纽约时报》等,都属此类。“便士报”强调舆论的独立性,追求趣味性和刺激性,再加上价格低廉等,所以很快便风行一时,并拥有大量的读者:“在大街小巷、旅馆、酒店、银行、商店……到处可以看到报纸,几乎每个看门人和马车夫手里都有一份报纸”,可谓盛况空前。“便士报”

的出现，为那些急于宣传自己的公司或企业提供了有利的条件，他们纷纷雇佣一些“笔杆子”为自己撰写文章，进行宣传，甚至不惜歪曲、捏造事实，制造大量的“神话”，登在报纸上。这就是所谓报刊宣传活动。

在这场“报刊宣传活动”中，出现了许多古怪离奇和荒诞不经的“新闻”：《纽约太阳报》就曾经绘形绘色地报道“用望远镜观察到月球上的人形蝙蝠的居民”等等。这与当时的宣传主导思想有着直接的关系。《纽约太阳报》的编辑主任博加特就提出了“狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻”的新闻主张；而在当时不少人的认识中，普遍流行着一种看法，就是“凡宣传皆好事”。这场“报刊宣传活动”的特点就是以宣传自己为目的，不惜愚弄和欺骗公众，根本不顾及公众利益。这就是现代公共关系活动的不光彩的开端。这个时期的代表人物就是菲尼斯·巴纳姆(Phines T. Barnum)。

二、公共关系的职业化

美国在 19 世纪末期进入了资本主义的垄断时期。由于垄断者和资本家阶级肆无忌惮地、贪婪地榨取劳动者的血汗，不断地扩大生产规模，致使国内的阶级矛盾日益激化，劳资关系非常紧张，从而引起了社会的强烈不满。在这种情况下，美国的新闻界首先掀起了一场揭露资本家丑行的“扒粪运动”(又称“揭丑运动”)，大量揭露和抨击资本家及政府丑行的文章出现在美国的报刊上，形成了强大的舆论攻势。在舆论的压力下，许多公司和企业试图以收买的方式来平息舆论，结果弄巧成拙、欲盖弥彰。而几十年前巴纳姆的那种制造神话、欺骗公众的把戏，此时不仅无济于事，反而起了火上浇油的作

用,愈发引起公众的愤怒。这时候,一些人才意识到,要想使自己的公司或企业摆脱舆论的攻击,要想使自己的公司或企业得到一个较好的生存和发展的环境,就必须另择他途、改弦更张了。他们纷纷向新闻界人士请教,让新闻界人士帮助他们改变这种不利的处境。

此时,出现了一位著名的人物——埃维·李(Ivy. Lee)。他提出了一个新的思想:一个组织要想获得良好的声誉,首先要把自己的真情告诉给公众。假如披露真情会对组织产生不利的结果,那么就应当调整组织自身的行为。埃维·李在他1905年发表的《原则宣言》中说:“我们的计划是代表企业单位及公众组织,对与公众有影响并为公众乐闻的课题向报界和公众提供迅速而准确的消息。”他的“讲真话”和“公众必须被告知”的思想,为公共关系的历史揭开了新的一页,并使他成为现代公共关系之父。

1904年,埃维·李与人合作开设了最早的公共关系性质的公司之一——“派克和李”公司。公共关系也正是在这个时期成为一种职业的。

在埃维·李的时期,公共关系引起了人们的重视。但埃维·李的公共关系工作存在着很大的局限,他以直感、经验和想象作为依据,而不是靠科学的调查研究方法为手段,因而他的公共关系工作只有艺术,没有科学。

三、公共关系的科学化

随着公共关系实践活动的大量开展,公共关系也得到了发展——公共关系的理论开始形成了。美国福特汽车公司公共关系部经理爱德华·伯尼斯(Edward L. Bernays)为此做出

了重要的贡献。

1923年,伯尼斯首先把公共关系作为一门课程推上纽约大学的课堂,并完成了他的公共关系方面的理论著作《舆论的凝结》(或译《舆论明鉴》、《公众观点的具体化》)。1928年,他又写了《舆论》一书。1952年,完成了《公共关系学》。

伯尼斯通过对公共关系理论和方法的研究,终于使公共关系走向了科学化阶段。他认为,劝说活动应当在一定的科学理论的指导下,才能发挥威力。他主张,公共关系人员应当首先了解公众,知道公众喜欢什么,他们对组织有什么期待和要求;只有在确定公众的价值观和态度这一基础上,才能进行组织的宣传工作。他的公共关系思想,就是注意公共关系工作的针对性,即以公众态度为出发点,围绕公众态度展开有针对性的工作。伯尼斯把社会科学研究成果运用到公共关系实践当中,并使公共关系的原理和方法成为一个较为完整的体系,为公共关系的科学化做出了贡献。

然而,伯尼斯的公共关系思想中仍然没有重视公众利益。

四、公共关系的学科化

本世纪50年代以后,作为科学的公共关系开始成为一门独立的学科。公共关系的理论有了新的发展,公共关系工作也开始强调职业道德了。两位公共关系学的权威卡特利普(Scott M. Cutlip)和森特(Allen H. Center)为公共关系理论的完善做出了贡献。他们认为,所谓公共关系,“就是一个组织为与公众建立良好关系而运用的传播原理和方法。他们说,一方面要把组织的想法和信息向公众进行传播和解释,另一方面又要把公众的想法和信息向组织进行传播和解释,目的