

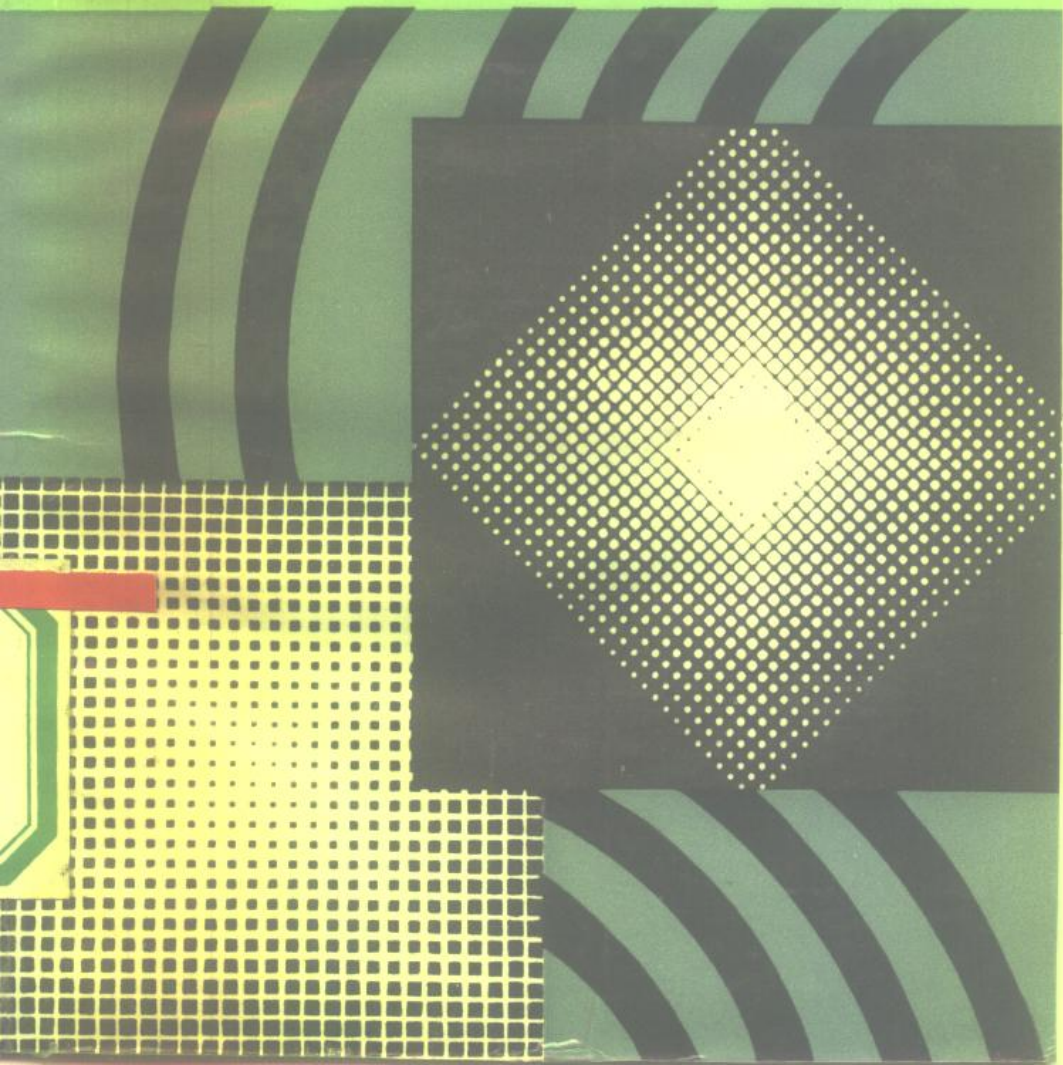
软科学丛书



0023559

公共关系学

毛经权主编



497660

软 科 学
丛 书

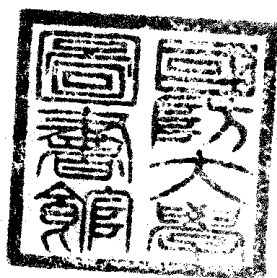


2 020 7745 7

公 共 关 系 学

毛经权主编 张安腾 高叙法
 周晨仲 李 明

浙 江 教 育 出 版 社



责任编辑 田忠敏 张宝珍
封面设计 杨 光

软科学丛书
公共关系学
毛经权 主编
张安腾 高叙法
周晨仲 李 明

浙江教育出版社出版 浙江义乌印刷厂印刷
(杭州市武林路 125号) 浙江省新华书店发行

开本 787×1092 1/32 印张 6.125 插页 4 字数 135,000

印数 00001—27300

1987年8月第1版 1987年8月第1次印刷

ISBN 7-5338-0107-5/G·108

统一书号: 7346·532 定价: 1.50元

序

吴明瑜

在全国软科学研究工作座谈会召开不久，由《科学学与科学技术管理》杂志社等五个单位发起，1986年10月，又在河南郑州举行了青年软科学研究座谈会。两个会都开得很热烈，不但交流了经验，而且组织了队伍。不仅说明我国软科学研究近年来有了迅速的发展，而且表明我国的软科学研究后继有人，充满着生机和活力。在青年软科学研究座谈会上，浙江教育出版社的领导同志为了鼓励、支持青年们探索新路，热情地提出将目前我国中青年在软科学研究工作中所取得的成果，编成丛书，向全社会发行。这是一件很有意义的事情。

科学技术是推动人类社会发展的强大的革命力量。作为人类认识和改造客观世界的武器，科学技术的一种重要功能是运用科学的思维方法、知识体系和先进的技术手段，进行综合研究，解决经济与社会发展中的宏观决策问题。也就是软科学研究的重要使命。

现代科学技术的发展和社会进步，正在把自然科学和社会科学紧密地结合起来，使两者互相渗透、融合和交叉越来越广泛。软科学，就是这种渗透交叉的产物。软科学研究是多门类、跨学科的宏观综合研究。它利用现代自然科学、工程技术和社会科学的一些原理和方法，采用电子计算机等先进运算和测试手段，把定量分析同定性分析结合起来，对极其复杂的经

济社会现象及各种相关因素进行综合的研究、测算和推导，提供可供选择的合理方案，从而把决策工作建立在精密的科学论证基础上。这种方法在国外经济社会生活的许多方面，得到了广泛的应用，并取得了重大的成功。在我国近年来也逐步为人们所熟悉和采用，同样取得了重大的成功。而且由于我们有马克思主义的认识论和方法论的指导，又有国家对经济、社会发展的宏观指导，因而不仅在软科学研究方面可望取得更大突破，而且也确实有广阔的应用天地可以发挥作用。

软科学在我国的发展还具有鲜明的实践性、时代感和使命感。过去，国内外有些学者往往花许多时间去讨论软科学的定义。我们建议当前我们可以不必对软科学的定义多花功夫去争论，而应该多下些功夫去研究对时代实践有现实意义的重大问题。任何新兴学科，一开始定义、范畴等都不是那么清楚的，而要随着学科的发展，逐步充实和完善。

我们觉得，当前有五个方面的题目迫切需要软科学工作者去探求答案：

第一类题目，制订正确的发展战略。

战略一词长期用于军事。现在讲的发展战略意义更为广泛，涉及到经济、社会生活的总体。当然层次可以是国家的或区域的。比如，党的十二大提出了到本世纪末的战略目标，就需要有长期的经济社会发展战略及规划。设想和预测15年后中国的产业结构会发生什么变化，人们的消费结构又朝什么方向改变？最近10多年来，世界上发达国家随着新的技术革命的出现，产业结构迅速变化。我们国家有自己的特点。我们要同时完成两次产业革命的历史任务，在相当长时间内，传统工业还要有大的发展，新兴产业也要加速赶上去，究竟怎样的结构才是可行的合理的？这就需要做各种各样的计算和细致的研

究。发展战略研究必须把国家宏观的战略研究同区域的部门的发展战略密切结合起来。比如，深入到市、县一级开展发展战略研究，才能取得更为重大的成效。

第二类题目，制定技术经济政策。

各行各业都有技术经济政策的问题。例如交通。长期以来，我们对投资政策重视不够，尤其是对公路、水运、航空的发展重视不够，使整个交通运输的结构不尽合理。水运是投资少、运量大、效益高的运输方式。铁路最适合于中长途大宗货物的运输，最怕走走停停，零担货物上上下下。要使有限的铁路货运能力得到更好的发挥，就应采取必要的政策，包括提高短途和零担运输价格，促使一部分短途货物由公路分流。……总之，这就需要有一系列技术的经济的政策促进综合运输网和综合运输能力的形成。

第三类题目，对未来各个方面进行预测、分析。

没有预测，确定战略、制定政策，都会有一定的盲目性。预测分析是软科学研究的重要方面。科技、经济、社会各个方面都要有科学预测，可以大大加强我们工作的自觉性。比如人口问题，一个穷国，人口越多会越穷。而人口问题必须注意长期预测。现在我国平均年龄69岁多一点，所以至少要作70年的预测。要建立各种人口增长模型。生一个怎样，生两个怎样，不同的年龄结构对经济影响怎么样，等等。

第四类题目，重大项目的可行性评价。

重大建设工程项目的决策必须在搜集大量科学数据、作了充分可行性研究之后。这几年来，各方面都重视加强可行性论证工作了。比如，三峡工程要不要上，什么时候建，建多高的坝，有关方面就组织了许多专家进行论证。把防洪、发电、航运、调水等四个目标统筹考虑。把技术上的可能性同投资效

益、生态环境影响、移民的社会经济问题综合进行评价。现在还在论证之中。软科学研究在这一方面是可以大有作为的。

第五类题目，要注意软科学研究的基本建设。

软科学是现代自然科学和社会科学交叉发展而逐渐形成的一组具有高度综合性的新兴学科群。它本身还在发展之中，因此还要注意加强软科学的学科建设。这方面也有许多工作要做。我们这套丛书的意义之一，就是推动和普及这方面的工作。

软科学研究有两个显著的特性：实践性和综合性。离开了实践，不进行综合，就失去了软科学研究的意义。要推动和加强软科学研究的基本建设，必须重视各类数据库的建立。没有科学的数据分析，软科学没有定量和定性的依据，也就失去了基础。长期以来，我们对统计数据不重视，许多数据不精确、不可靠。人口普查以后，人口数据比较清楚了。但还要持续跟踪。我国的耕地面积至今众说纷纭，究竟是15亿亩，还是20亿亩，出入甚大。所以，急需有人去做这方面的工作，到这些领域中去开拓、探索。

软科学研究在我国已经有了可喜的发展，但软科学研究还刚刚开始，在研究和实践中还存在着不少问题，这些问题只能在发展中逐步解决，随着社会主义现代化建设的深入，随着决策工作民主化和科学化³的发展，我国软科学研究必将出现更加欣欣向荣、蓬勃发展的新局面。

我们这套丛书，是全国第一套公开发行的“软科学丛书”，它表明我们的软科学研究不仅有了一支队伍，而且有了一批成果，希望它们能引起全国科技工作者、经济工作者，特别是决策工作者的关心和兴趣。这套丛书我们还将出下去，使之不断完善。

1987年3月

《软科学丛书》

主 编

吴明瑜 何钟秀

副 主 编

曹成章 冯之浚

何根祥 郭英英

目 录

第一章 导 论	1
第一节 公共关系的内在含义	1
第二节 公共关系的定义	4
第三节 公共关系的目的及其特征	9
第四节 公共关系学与“庸俗关系学”的区别	14

第二章 公共关系——从西方到中国	18
第一节 公共关系的起源	18
第二节 公共关系的发展	24
第三节 公共关系在中国的崛起	32

第三章 公共关系的职能及其在决策中的作用	36
第一节 公共关系的职能	36
第二节 公共关系在决策中的作用	48

第四章 公共关系的对象	53
第一节 公众是公共关系的特定对象	53
第二节 公众的分类	55

第五章 公共关系的传播	64
第一节 公共关系传播的目的	64
第二节 公共关系传播的过程	70

第三节	公共关系与广告、宣传的区别	73
第四节	沟通及其障碍	75
第五节	广告在公共关系传播中的应用	81
第六节	公共关系传播的原则	85
第六章	公共关系的实施	87
第一节	调查分析,确定目标	88
第二节	筹划对策,拟订计划	97
第三节	策动传播,开展工作	101
第四节	评估分析,检测效果	102
第七章	机构设置及人员素质	105
第一节	公共关系机构	105
第二节	公共关系的一般方法	109
第三节	公共关系人员	111
第八章	公共关系的技巧与应用	116
第一节	接待技巧	116
第二节	与传播媒介打交道	121
第三节	公关广告	124
第四节	内部公关的目的与技术	126
第九章	企业常见的公共关系	135
第一节	内部关系	135
第二节	外部关系	141
第十章	公共关系预算	151
第一节	公共关系的费用	152
第二节	公共关系预算	156
第三节	工作量的估计	160

第四节 预算的控制·····	162
第十一章 公关人员的行为准则·····	165
第一节 忠诚与公正·····	166
第二节 讲信誉,守信用 ·····	168
第三节 不谋私利·····	170
第四节 妒恶如仇·····	172
第五节 法律意识·····	175
附录	
一、国际公共关系行为准则·····	178
二、美国公共关系协会(PRSA) 职业规范守则··	179
三、英国公共关系协会(IPR)职业行为准则 ·····	180
四、尼日利亚公共关系协会(NIPR) 行为准则··	182
后记 ·····	184

第一章

导 论

近年来,“公共关系”这一新兴学科,伴随着改革与对外开放的潮流,已经在中国大地上由南向北迅速传播开来,越来越受到人们的关注。但是,“公共关系”对于大多数人来说,还是一个陌生的名词。有一位记者在采访广州中国大酒店的公关小姐时曾打趣地对她们说:“我最初听到‘公关部’一词,还以为是一些虎背熊腰、身怀绝技的硬汉组成的负有专门攻克某类难关使命的特种部队,想不到这里竟是个‘女儿国’!”虽然这是带点夸张的打趣之言,但是认为公关工作只是泡茶、递烟、搞搞接待的肤浅看法还是较为普遍的。

事实上,作为一门科学、一门专业学问的职能化的公共关系,至今已有 80 多年的历史了。

那么,到底什么是公共关系呢?让我们先剖析几个案例,从这几个案例中,寻找公共关系的内在含义。

第一节 公共关系的内在含义

1. 肯尼迪和尼克松的角逐。

1960 年,两位年轻的政客——肯尼迪和尼克松在美国总统

竞选史上第一次运用电视辩论进行白宫宝座的角逐。当时美国拥有电视的家庭数已经从1952年电视刚出现时的1500多万家发展到6000多万家，而且彩色电视也逐渐普遍，很多家庭已拥有数台电视。电视的力量亦已从影响政治活动到控制政治活动。

尼克松脸型棱角突出、好出汗、加上带病竞选，体重大减。但是，好“铤而走险”的尼克松拒绝电视顾问费尽心机为他设计的补救之道。相反，肯尼迪却与电视导演精密筹划、养精蓄锐、练习彩排。结果，观众在电视屏幕上见到的，一个是两眼深陷、面色苍白、汗流如注、声嘶力竭的尼克松；一个是意气风发、红光满面、从容论道、挥洒自如的肯尼迪。由于这是美国历史上第一次电视竞选，所以选民们注意的并不是双方的政见，而是他们的仪态风度。对“形象”的好恶决定了选票的投向。尼克松因此而败北。1968年尼克松再次竞选时，接受前次教训，雇用了一批公共关系及广告专家，为他精心设计电视形象，结果成功，竞选取胜。

从尼克松竞选的一败一胜之中，我们看到，“形象”起到了何等微妙的作用。由此可见，一个人的形象如何，是会直接影响目标的实现的。

2. 谁挽救了雀巢咖啡。

饮誉国际的“雀巢”咖啡在70年代却差一点信誉扫地、一命呜呼。这家跨国公司在世界各地原本拥有稳定的市场，但是自70年代开始，世界上出现一种舆论，说雀巢食品的竞销导致了发展中国家母乳喂养率下降，以至婴儿死亡率上升。这种舆论到了80年代竟发展成了一场世界性的雀巢抵制运动。直到这时，“雀巢”的决策者才认识到问题的严重性，不得不重金礼聘世界著名的公关专家帕根来商量对策。帕根发现，在舆论开始兴起并逐渐发展的过程中，“雀巢”决策者拒绝听取批评，同时对雀

巢的经销行为始终保密，而这样的做法恰恰是助长了抵制运动的爆发。于是，他把工作重点放在抵制情绪最严重的美国，专心听取社会批评、开展游说活动，还成立有权威性的听证委员会审查雀巢的经销行为。这一系列的动作逐渐挽回了雀巢的信誉。最后，历时7年的抵制运动终于在1974年被取消了。帕根指出：“这个事件的教训是，任何企业不能没有一个强有力的公关部门，如果一开始就重视公关技巧，就不至于闹出这场风波。”

这件事告诉人们，特别是企业家：真情的沟通能获得公众的理解和信任。

3. 北京长城饭店的高招。

1984年美国总统一根圆满地结束了对中国的访问，临别时要举行答谢宴会。按以前惯例，象这种规格的国宴总是在人民大会堂宴会厅举行。当时新开业不久的北京长城饭店公关部觉得这是一次极好的提高知名度的机会。经过一番卓有成效的努力，答谢宴会终于在长城饭店如期举行了。随同里根访华的500名外国记者一起参加了宴会采访。宴会开始后记者们争先恐后地通过电传机向世界各通讯社发稿：“今天×时×分，美国总统里根在北京长城饭店举行盛大的访华答谢宴会……”于是Great Wall Hotel（长城饭店）的大名一下子传遍全世界。

同年11月，该店又利用美国总统竞选之机，与美国驻华使馆、我国中央电视台合作，在饭店举办美国总统竞选实况电视转播会。邀请了在北京的各国人士和记者参加。这种活动在北京还是第一次，记者自然要写新闻报道，饭店只提供了场地和招待费用，而饭店的声名却又一次被免费传遍世界各地。

聪明能干的长城饭店公关部小姐们巧妙地利用了具有强大力量的传播媒介，把长城饭店的声誉在最大的人类空间范围内

传扬,取得了良好的效果。

综合上述三个案例,可以得出这样的结论:利用传播媒介,以真情建立双向沟通,树立良好形象,获得理解和信任,促进目标的实现——这就是公共关系的内在含义。

第二节 公共关系的定义

公共关系,是英文 Public Relations 的直译,意思是(通过传播手段建立)与公众的联系。它既是一种信息传播的活动,又是一种管理的职能。通常被人们简称为“公关”。

半个多世纪以来,国外公共关系学术界人士作了很多的努力,想给公共关系下一个确切的定义。但是,由于理解和分析的角度因人而异,因而得出公共关系的不同面貌,这个面貌又随着时代而进展。所以,尽管对公共关系已有了形形色色的定义和解说,但始终未能取得一致的结论。正如公共关系学者斯蒂芬·菲茨杰拉德所说:“令人头疼的不是公共关系一词缺乏意义,而是这词包罗万象、囊括过多。”这个极为模糊的术语具有各种各样合乎情理的解釋。有人说公共关系是创造同意(creation of consent)的学问;有人则认为公共关系是为本身服务机构向公众争取良好印象的学问。有的学者干脆把公共关系的根本思想浓缩在“努力干好、让人知晓”这句格言式的话中。曾经在公关界比较流行的一些说法则是对公共关系下了下述的定义:

“公共关系是一门研究如何建立信誉,从而使事业获得成功的学问”;

“公共关系是一个建立公众的信任、增进公众的了解的计划方案”;

“公共关系是一个对外争取谅解与信任,对内不断自我检讨

与修正的连续过程”；

“公共关系，不象一台打字机可以买到，也不象一张订货单可以延期，它是一种生活方式，时时刻刻从各种态度与行为中显露出来，对员工、顾客以及整个社会都有影响”。

除此之外，壳牌石油公司主席德沃则从道德角度寻找公关的意义。认为公共关系就是“提供全面的、必要的信息，恢复事实真相，以消除误解与谎言”。而路易·沙洛隆则从发展的角度认为“起初，公共关系是指企业为在它的职工、与它有关的各行各业，通常是在社会公众中创造一种互相信任的气氛而采取的所有手段，以争取各方支持企业、赞助企业的发展。后来，它成为在开诚布公的经济活动中产生的各种社会关系的总和。”

公共关系的研究和实践已经过了半个多世纪的发展，目前海外关于公共关系的比较权威性的论述，大都倾向于认为公共关系是一种取得公众理解信任，赢得声誉的方法和手段，或视作一种行动。为了进一步探讨公共关系的含义，拓展思路，现介绍几种目前国际上公认的权威性论述。

美国公共关系学会的定义：“公共关系是一个组织为最有效地实现其目标而与社会保持某些方面联系的职能。”

英国公共关系协会的定义：“公共关系是一个组织或个人，与任何人群或组织之间，围绕一个组织或个人应该争取获得并保持良好声誉的目标，所进行的建立和改善相互了解的、有计划的、持续的努力。”

国际公共关系协会 1978 年 8 月在墨西哥城举行的世界性集会上发表的墨西哥声明中指出：“公共关系的实践是分析动向、预测结果，为组织领导提供决策咨询，执行既有利组织又有利于公众的计划行动的艺术和科学。”

美国《公共关系新闻》杂志指出：“公共关系具有如下的管理

职能；评估公众的态度，鉴定个人或组织的政策及其贯彻执行是否符合公众的利益，以及设计和实施旨在使公众了解和接受的行动计划。”

英国公共关系学会的定义：“公共关系的实施是一种积极的，有计划的以及持久的努力，以建立及维护一个机构与其公众之间的相互了解。”

在这里特别值得一提的是，长期以来，在试图不仅从概念上的分析出发，而且以罗列出公共关系实践所包括的主要活动来把握公共关系职能的本质方面，对公共关系下定义的众多的公共关系专家、学者之中的杰出领袖哈洛博士（Dr. Rex F. Harlow）。自本世纪初以来他就着手收集各种各样的关于公共关系定义的论述，进行分析研究并从中提炼出主要的中心思想。在经过对 472 个定义进行剖析以后得出一个不但是概念性的，也是作用性的定义。

公共关系是一种独特的管理职能。它帮助一个组织与其公众之间建立和保持相互沟通、了解、接受与合作的渠道；参与问题和纠纷的处理；将公众的意见传达给管理部门并作出反应；明确与加强为公众利益服务的管理责任；它还作为监视预警系统，帮助管理部门预先作好应变准备，与社会动向保持一致并有效地加以利用。它用调查研究和正确并合乎道德的沟通技术作为其重要工具。”

分析一下这些定义，我们可以归纳出这么几个要点：

1. 公共关系是与生产管理、财务管理、人事管理、市场管理等一样的一项管理职能。
2. 它是一种有计划、有目标的组织活动。
3. 它旨在沟通机构与公众之间联系，而这种沟通是相互的，有来有往的双向交流。