

WO ZHIDAO SHENME



我知道什么？

公共关系

[法] 让·肖默利 著
德尼·于斯曼

商务印书馆



国防大学 2 064 2224 5

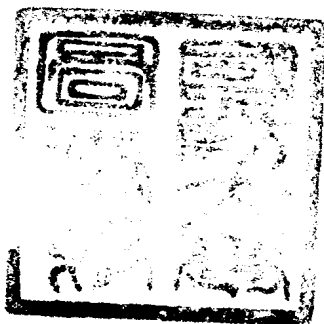
我知道什么？

公 共 关 系

[法] 让·肖默利 著
德尼·于斯曼

侯 健 译

冯韵文 校



商 务 印 书 馆

1996 年·北京

图书在版编目(CIP)数据

公共关系/(法)肖默利,于斯曼著;侯健译。—北京:商务印书馆,1996

(《我知道什么?》丛书)

ISBN 7-100-02048-4

I. 公… II. ①肖… ②于… ③侯… III. 公共关系学 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 22550 号

我知道什么?

公共关系

[法] 让·肖默利 著
德尼·于斯曼

侯健译

冯韵文校

商务印书馆出版

(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)

新华书店北京发行所发行

北京外文印刷厂印刷

ISBN-7-100-02048-4 / C·10

1996 年 9 月第 1 版

开本 787×960 1/32

1996 年 9 月北京第 1 次印刷

字数 75 千

印数 7 000 册

印张 5

定价:7.50 元

QUE SAIS-JE ?

Jean Chaumely et Denis Huisman

LES RELATIONS PUBLIQUES

8^e édition

Presses Universitaires de France

Paris, 1992

根据法国大学出版社 1992 年第 8 版译出

本书出版得到法国外交部的资助

60791/24

《我知道什么?》丛书

出版说明

世界闻名的《我知道什么?》丛书,是法国大学出版社 1941 年开始编纂出版的一套普及性百科知识丛书。半个多世纪以来,随着科学知识的不断发展,该丛书选题不断扩大,内容不断更新,已涉及社会科学和自然科学的各个领域及人类生活的各个方面。由于丛书作者都是有关方面的著名专家、学者,故每本书都写得深入浅出,融知识性和趣味性于一体。至今,这套丛书已印行 3000 余种,在世界上产生很大影响,被译成 40 多种文字出版。

“我知道什么?”原是 16 世纪法国哲人蒙田的一句话,它既说明了知识的永无止境,也反映了文艺复兴时期那一代人渴求知识的愿望。1941 年,法兰西民族正处于危急时期。法国大学出版社以蒙田这句话为丛书名称出版这套书,除了满足当时在战争造成的特殊形势下大学教学与学生读书的需要外,无疑具有普及知识,激发人们的读书热情,振兴法兰西

民族的意义。今天,我国正处在向现代化迈进的新时期,全国人民正在为把我国建设成繁荣富强的社会主义国家而努力奋斗,我们相信,有选择地陆续翻译出版这套丛书,对于我们来说也会起它应有的作用。

这套丛书的翻译出版得到法国大学出版社和法国驻华使馆的帮助,我们对此表示真诚的谢意。由于原作为数众多,且时间仓促,所选所译均难免不妥之处,个别著作持论偏颇,尚希读者亮察。

商务印书馆编辑部

1995年5月

目 录

导言	1
----------	---

第一编 公共关系的起源和涵义

第一章 公共关系的历史	4
一 从起源到 1929 年	5
二 1929 至 1945 年：从华尔街的金融崩 溃到同盟国的胜利	7
三 1945 年以来	10
第二章 公共关系的基本概念	16
一 最初的定义	17
二 广告和公共关系	20
三 宣传和公共关系	22
四 内部公共关系	23
五 外部公共关系	26
第三章 公共关系的基本原理	29
一 一种“共同理解”的气氛	30
二 一种未来的精神状态：信息、 关系、交流	32

三	不谋面的说服和真实性	36
---	------------------	----

第二编 公共关系的行动范围

第四章	私营部门:企业报刊与专门信息	39
一	无须报商销售的报刊:“内部刊物”	39
二	企业报刊和信息	47
三	企业报刊的目的	50
四	企业报刊可由谁来完成?	53
五	企业报刊上的广告	55

第五章	专业部门(从企业到大报刊):一般 信息	58
一	提高企业声誉的出版物	58
二	一个特殊的领域:金融信息	65
三	企业和大报刊	66

第六章	公共事业部门:关系到普遍 利益的机构:总体信息	71
一	公共服务机关	71
二	保险公司和银行	78
三	行业协会	85

第三编 交流的技巧

第七章	直接交流的方法和语言	89
一	接待的技巧	90
二	为新闻界组织的鸡尾酒会、招待会、	

宴会和参观	93
三 专家讨论会、研讨会和考察旅行	95
四 从语言到文字	96
第八章 文字方式和写作技巧	98
一 通信	99
二 公报	104
三 工业信息	108
第九章 视听方式:公共关系的录相和电影	112
一 电影是最佳交流方式	112
二 公共关系与令人着迷的技巧	115
三 娱乐性新闻片带来的乐趣	118
四 从“心理行为”到“经济行为”	119
五 电影和发行	122

第四编 公共关系在运作中

第十章 “公关人员”的职业	125
一 新闻专员和内部顾问	126
二 公共关系事务所、代办处、公司	130
三 “联络人”	133
四 培训	134

注 释	137
------------------	------------

参考书目	140
-------------------	------------

导 言

“管理人类的方法只有两种：敲碎他们的脑袋或者清点他们的人数。”公共关系打破了拉迪亚德·吉卜林这一风趣的结论，提出了第三种管理人类的方法：交流。这里所说的交流，不是指随便交流各种意识，而是一种充满理解和引起好感的沟通，它源于英语的 public relations（公共关系）。早在 1951 年 7 月，米歇尔·克罗齐耶就在《现代》杂志的一篇文章中说过：“在美国，人们把企业家用来争取外界的好感与诚意的各种方法通通称为公共关系。”这个定义虽然不完整，但足以说明，公共关系还意味着“斡旋”。公共关系涉及：

- 促进最成功的交流，以得到尽可能完整的信息（正是在这种意义上，法国从 1946 年起就把著名的“玻璃屋”作为公共关系的象征）；
- 以恰到好处的技巧，在人际关系中表示积极的同情和好感，这种在美国称之为人事管理的技巧，对于内部人员间的联系和获得外部信息来

说是同等重要的(在这里,公共关系的面貌是美国式的,“美国生活方式”的全部口号,在危机最严重的时刻布什总统那令人放心的面孔,和一个永远幸福的民族必需露出的笑容:始终微笑!);

——最后是某种间接的、隐蔽——并不赋予这个词任何贬义——的行动,其目的是通过各种形式的行动,使某种产品、某项服务或某个活动最大限度地为人们所了解、所使用。这种看法得到了公共关系行业准则权威人士的认可,这种行业准则由法国公共关系协会制订:“一个团体采取的旨在其内部成员与其他团体和公众舆论之间建立和保持良好关系的活动,人们称之为公共关系。”后来,所有的公共关系从业人员协会组织在一起,成立了“国际公共关系协会”,并于1959年4月8日对该定义做了进一步补充:“公共关系是一种具有连续性和计划性的管理职能,企业和公私机构依靠这种职能力求获得并保持那些与自己已有或将来可能有业务关系的人们的理解、同情和支持。”

因此,本书首先简要地回顾一下公共关系的历史(第一章),然后介绍公共关系的对象与涵义(第二章)、公共关系的目标(第三章),详尽分析公共关系

在企业中的行动范围(第四章)、在专业机构中的行动范围(第五章)和在公共事业中的行动范围(第六章)。本书还将在后面介绍公共关系所运用的技术手段:口头方式——如接待、讨论会、提供信息的鸡尾酒会等(第七章);书面方式——从简单的信函到报刊上的文章(第八章);视听方式——电影或电视(第九章);最后介绍公共关系从业人员这一职业(第十章),展望这种交流信息的新方式——公共关系的前景,其最后一个词汇可能是:合作。

第一编 公共关系的 起源和涵义

第一章 公共关系的历史

如果有谁愿意作为消遣,通过人类进化的全部历史来了解现代公共关系从业人员的先驱们在该领域的大事记,那就要求助于《圣经》、《荷马史诗》、色诺芬的《长征记》或者《苏格拉底的答辩》和《回忆苏格拉底》。法国公共关系同业公会主席 H.皮诺毫不犹豫地将凯撒的《高卢战记》评价为“公共关系”的杰作,因为靠了这本书,“凯撒先生”才在选举中获胜。如果没有这一记载事实的史书,谁能了解他的长处!罗马皇帝奥古斯都依靠麦凯纳斯,尤其是维吉尔,继续开展他的公共关系。维吉尔的《农事诗》是一部出色的“清单”式的关于重返土地的信息说明书,在公元前一世纪就实践了农业方面的公共关系。我们同样不要忘记梅迪契家族的人,他们很早以前就从事公共关系活动;让我们大胆地从意大利的佛罗伦萨跳到法国的凡尔赛,那里的路易十四皇帝对公共关

系的认识领先于美国的艾维·李。还有那些出版商，远在“公共关系”一词问世之前，他们就巧妙地在分赠给报刊的样书中，附上介绍该书的文字插页，上面写着“请予刊登”，堪称有效交流的典型范例。

一 从起源到 1929 年

谁第一个使用“公共关系”一词，一直是一个有争议的问题。伦敦公共关系学院院长 R. A. 佩吉特一库克认为是美国的第三任总统托马斯·杰斐逊，他在 1802 年于国会发表的一项声明中，用“公共关系”这个词替代了“精神状态”这个词。而 H. 维迪尔则认为，是纽约律师多尔曼·伊顿于 1882 年在耶鲁大学法学院的一次演讲中选择了这样一个题目：《公共关系与法律职业的责任》。不过大家一致承认，“公共关系”直至本世纪初尚未明确化。1906 年，公共关系的真正创始人艾维·李在纽约建立了世界上第一个公共关系事务所，才结束了它的“史前史”。我们都知道驱使这位前记者转向这门当时来说是全新的职业的历史条件：大众非常敌视美国大企业。他们谴责这些大企业为达到垄断的目的，不惜与中小企业展开你死我活的斗争，白刀子进红刀子出，冷酷、野蛮、残忍至极。事实上，在本世纪初，鲜血已经

流淌,第一个请艾维·李提供服务的正是一家大公司,它的领导人是美国当时最不得人心的约翰·洛克菲勒。他曾公然下令向罢工者开枪。艾维·李用魔棒轻轻一挥,便成功地把一个吃人恶魔变成了一个人道主义的乐善好施者:奇迹正是在这第一家公共关系公司中实现的。艾维·李从向所有专业记者散发一份真正的原则宣言开始。他在宣言中第一次正式涉足美国的商业史,披露了有关他的客户完整而真实的资料,在“公众关心和重视的各个领域里”一下子打破了以往神圣不可侵犯的行业秘密。艾维·李可谓一举两得,其一是他成功地让外界洞悉了工商业的内幕;其二是他促成了一些慈善事业(研究中心、医院、博物馆、大学……)的建立,增加了助学金,给孩子们度假提供了方便,为穷苦人提供了救助。这个时期的法国正在上演亨利·贝克的剧本《群鸦》和奥克塔夫·米尔博的剧本《公事公办》,后者的标题就是一个纲领。神圣权利的保护人成了“贪婪冷酷的人”,成了工人群众的剥削者;他们实行极端的“泰罗制”:高效率增长带来的剩余产品本身,泰罗式机械化生产带来的技术进步,反而导致劳动生产率骤然下降。艾维·李几乎是偶然地发现了其中的人为因素。在人们越是企图使生产丧失人性的地方,就越像弗里德曼所描述的那样,以“分工极细”的方式

进行生产。到了 1929 年,尽管艾维·李取得了很大的成就(洛克菲勒和卡内基对此是最好的见证人),不久又有爱德华·伯奈斯、汤米·罗斯和卡尔·纽森等人步其后尘,但是“公共关系”并没有真正“征服”美国公众。当时的时代没有成全他们。大工业生产的繁荣像美妙的田园诗一样,充分就业、高工资和贷款给美国人带来了最明显的福利。当风暴突然来到时,这一切便引起了怀疑。

二 1929 至 1945 年:从华尔街的 金融崩溃到同盟国的胜利

随着 1929 年经济危机的来临,信息不再是一种奢侈品,而成为一种生活必需品。亚伯拉罕·林肯曾说过:“依靠公众舆论,就无往而不胜,反之,则一事无成。”在有着 1200 多万失业者的时候,这种求助于公众舆论的做法就显得特别紧迫。人们几乎很难想到,一场迫在眉睫的革命竟能在 20 世纪 30 年代威胁到全体美国人。官方的学说建立在泰罗制和福特制的基础上。然而,有权有势的经济巨头福特在危机最严重的时刻却不得不突然屈服于自己的竞争者们。6 万名工人流落街头,公司却拒不接受提供失业基金的原则。1931 年 3 月 7 日,当群众在寒冷

的天气中游行时,公司的卫队竟然诉诸武力,用机枪向游行队伍扫射,造成4人死亡的悲剧。罗斯福的“新政”只能用资方老板的传统方式来解决这些无法解决的问题。正如米歇尔·克罗齐耶所解释的:“魔法被破除了。1933年3月初,当密歇根州州长和美国总统相继无奈地宣布关闭银行、延期付款时,似乎整个文明都崩溃了。那些实业家们第一次显得束手无策了:他们事先竟毫无察觉,毫无准备……”社会空气也发生了变化,既不可能奢谈什么父道主义,更谈不上什么高工资了:必须向工人们解释清楚,为什么付给他们的工资在急剧减少。还必须在员工和企业之间架起桥梁,通过坦率、真诚的解释,完完全全的沟通和持续不断的交流,来全面改善人与人之间的关系。“极端的个人主义和置人于死地的竞争时代结束了。”正是在这种形势下,出现了罗斯福的形象,他俨然成了公共关系的完美象征。而那些在不久前的繁荣时期被奉若神明的老板们,转瞬间成了顾客恼火、职员仇视、股东抱怨的对象。“新政”、社会法、劳资公约等等震动了商业界。工业美学的形成促进了大路货的销售。与此同时,公共关系的建立使大企业在所有人面前恢复了名誉,使气氛得以迅速净化。克罗齐耶认为,毫不夸张地说,公共关系从业人员不过是模仿了罗斯福的微笑。“罗斯福