

公共關係實務

王鳳璋·方宏進◆原著 楊燦煌◆校閱



公共關係實務

王鳳璋・方宏進◆原著 楊燦煌◆校閱

(原「企業人動腦系列135」)

公共關係實務 / 王鳳璋, 方宏進原著. -- 初版.
-- 臺北市 : 書泉, 民79
面 ; 公分. -- (企業人動腦系列 ; 135)
1997[民86]初版四刷, 叢書名改爲: 企業領航 ;
44
ISBN 957-9571-54-6(平裝)

1. 公共關係

541.84

81000659

企業領航(44)

公共關係實務

版次 / 一九九〇年 六 月 初版一刷 定價 / 240 元
一九九七年 二 月 初版四刷

原 著 者——王鳳璋 方宏進

校 閱 者——楊燦煌

責任編輯——沈逸玲

助理編輯——舒玉萍

校對人員——張 珏 江紹琪

發 行 人——楊榮川

發 行 所——書泉出版社

局版臺業字第 一八四八 號

台北市和平東路二段339號4樓

電話—(02) 705-5066

傳真—(02) 706-6100

劃撥—0130385-3

排 版 所——五南電腦排版有限公司

製 版 所——申豐照相製版有限公司

印 刷 所——東陞美術印刷有限公司

裝 訂 所——華台裝訂所

◎如有缺頁倒裝請退回換新

推 介 本 書

在今天西方世界裡，公共關係已被列為最富競爭性的一個事業。依據資料統計，當今美國最為熱門的二十五個行業中，有關公共關係的行業占有八個。目前美國有兩萬多名公關經理，公關從業人員計達十幾萬人之多。社會經濟的這個發展趨勢，促使研究與教育機構重視公共關係理論的研究。目前美國已有四百多所大學開設公共關係課程，而且有不少大學還開設有公共關係碩士、博士學位課程。出版社出版了大量的公共關係著作，將公共關係學作為一門新興的邊緣學科，完全是現代科學技術迅速進步、商品經濟高度發展的結果，它為社會服務的實用價值與誘人的前景已被越來越多的人所肯定。

最近幾年來，公共關係這個用詞亦迅速在我國傳播開了。這種公共關係熱潮的產生，與當今改革的大趨勢是完全切合的。首先，社會民主化建設需要公共關係。只有上下溝通，雙向溝通，才能使民主政治成為一種可能。大眾的了解，大眾的支持和大眾的監督必須建築在良好的公共關係基礎之上。其次，商品經濟的高度發展需要公共關係。在商品交換

中由賣方市場向買方市場的重大轉換，使得工商企業必須爭取消費者，爭取合作者，公共關係問題由此而生。第三，新技術的深入發展，信息生產巨大增加，使得組織機構在不斷變化的社會環境中提高反應能力，這就促進了公共關係的進一步發展。我國當今的這種公共關係熱潮建立在如此廣泛、深刻的社會變革基礎上，所以它的發展範圍與趨向也一定是相當樂觀的。

以公共關係作為一門學科，它是當今世界科學「整體化」發展趨勢的一個產物。現代科學的趨勢是高度的分工化及具有高度的綜合性。一方面新科學似雨後春筍，另一方面，一切獨立的學科都更緊密地聯繫在一起，學科間的滲透、影響與限制成為一種規律。公共關係就是這樣一門高度綜合的軟管理學科。它運用傳播學、社會學、經濟學、心理學、政治學、輿論學及信息論等現代科學知識，總結現代經營管理和行政管理的經驗和方法而形成。它巨大的包容量使得這門學科有許多方面值得研究。例如，它研究社會組織的生存發展與環境的關係，研究組織自身怎樣自覺地完成與周圍環境相互適應、協調的過程，這就形成了組織環境學。例如，公共關係的解決必須依靠傳播手段，所以，它也要研究人際如何進行信息交流的各種不同方式，如語文和文化傳播方式——新聞、廣告等，非語文傳播方式——動作語言、表情語言等。這就形成了廣告管理學，人際傳播學，動作語言學等。公共關係強調了解大眾心理，預測大眾心理，這就形成公共關係心理學。公共關係的功能非常重要地表現在市場營運上

，為市場提供調查、預測，研究營銷策略，促銷手段，此即所謂營銷傳播學。總之，公共關係這門應用科學是從綜合的角度去開拓未知的，以全新的知識視野，發展社會科學研究的新領域。

公共關係實務 目次

第一章 公共關係實務內容的概述.....	1
公共關係實務工作的指導思想	/ 4
公共關係實務的四個步驟工作	/ 11
公共關係實務內容的探討	/ 22
第二章 新聞稿.....	25
撰寫新聞稿的方法	/ 29
印刷新聞稿與視聽新聞稿的區別	/ 42
如何創造新聞	/ 48
第三章 口頭式個體傳播.....	55
演 講	/ 58
會 議	/ 70
面對面的交談	/ 89
第四章 如何舉辦展覽會和贊助活動.....	99
公共關係專題活動	/ 101
如何舉辦展覽會	/ 104
如何舉辦贊助活動	/ 111

第五章	企業刊物	119
	企業刊物的內容 /	122
	如何編寫和製作企業刊物 /	127
	職工刊物的內容 /	132
第六章	與消費者的關係	137
	公共關係的出發點 /	139
	公共關係的基礎 /	142
	企業同消費者建立良好關係的目的 /	147
	企業同消費者溝通的方式 /	152
第七章	與社區大眾的關係	155
	企業希望從社區得到什麼 /	157
	企業與所在社區進行公共關係的基礎 /	162
	企業與社區建立良好公共關係的方法 /	165
	危機處理法 /	169
第八章	與企業內部員工的關係	175
	與員工建立良好關係的意義 /	178
	企業與員工關係中的若干焦點 /	181
	與員工進行溝通的內容和方式 /	188
	與員工進行溝通的工作原則 /	193

第九章	與其他大眾的關係	195
	與供貨商和銷售商的關係	/ 197
	與新聞傳播界的關係	/ 199
	與各級政府部門的關係	/ 202
	與國際市場的關係	/ 203
第十章	公共關係人員的素質與職業訓練	207
	公共關係人員的學識和條件	/ 209
	公共關係人員的訓練	/ 214
第十一章	公共關係實務工作原則與道德規範	217
	公共關係實務工作的原則	/ 221
	公共關係職業道德守則	/ 227
參考資料	世界上幾個主要的公共關係組織簡介	231
	一、美國公共關係協會	/ 233
	二、英國公共關係學會	/ 242
	三、公共關係諮詢者協會	/ 246
	四、國際公共關係協會	/ 247
	五、歐洲公共關係聯盟會	/ 250

第一章

公共關係實務內容的概述

以公共關係作為一門學科，大概包括下列三個方面的內容：公共關係學的原理和知識，公共關係學實務的方法和技巧，以及公共關係從業人員的行為規範和工作方式等。

本節將着重介紹公共關係學實務方面的知識，亦即力求闡明上述三個方面中的後兩項內容。

在公共關係學實務方面，與其說公共關係是一門學科，不如說公共關係是一種藝術。這是因為在公共關係學實務中需要循規蹈矩的東西不多，公理性的規定更少。公共關係學實務的運用更多地與其從業者的個人因素聯繫在一起，也就是不同的從業者可以採用多種不同的方法和途徑去達到同一公共關係目標，因此很難說誰的方法對，誰的方法錯，只能說公共關係實務工作是一種藝術，在創造過程中可以表現出各藝術家的不同風格，並可以產生殊途同歸的效果。比如，要宣傳母親的偉大，喜歡表演並擅長表演的藝術家會把母親的偉大形象搬上舞台和銀幕；畫家們會揮動他們的畫筆，經由紙和顏料或水墨將偉大的母親形象記錄下來；而雕塑家們則會利用刻刀和石頭或其他材料向人們雕刻一個永久的偉大母親形象。這些母親形象都能達到宣傳的效果，但是我們却不能對這些不同的藝術手法所創造的藝術形象隨意判斷優劣。公共關係實務的運用也是如此，需要每個從業者發揮其獨特的個性和創意，而不必死記教條或方法、規則。

儘管如此，並不意味着不用學公共關係實務就可以成為這方面的專家。一名出色的畫家，在初學繪畫時，也得從學素描或白描開始。亦即，要先學會運用最基本最簡單的線條

，有了這個堅實的基礎，才能在以後的創造中融合個人獨特的創意而獲得成功。學習公共關係實務知識也和學繪畫一樣，首先需要掌握一些最基本的知識，俾為以後的公共關係實踐中發揮自己的個性和創意提供不可缺少的前提條件。

這本公共關係學實務將為大家介紹公共關係實際工作中最基本的知識和從公共關係實踐中總結出來的經驗，希望通過這些介紹能為大家提供一些如何『運用最基本最簡單的線條』知識。

因此，在作為全書開頭的這一章中，我們首先簡要概述公共關係實務工作的指導思想、公共關係實務工作進行的步驟以及全書內容的探討，以便大家對公共關係實務有一個大概的了解。

公共關係實務工作的指導思想

當公司了解到公共關係的含義和作用，認為公共關係將有助於其公司做好工作後，決定要將公共關係運用於公司的管理中，那麼這個公司應如何去開展它的公共關係工作呢？單純了解公共關係是什麼，其基本原理如何，並不能解決在實際中如何去做公共關係工作的問題，這時需要的是公共關係實務的知識。首先，需要了解在做實際公共關係工作時應遵循的思路，也就是說公共關係實務工作的指導思想。

公共關係實務工作的指導思想即為目標管理的思想。

目標管理思想最早是由美國管理學家杜拉克於一九五四年提出的。這種方法一提出很快就被美國乃至其他發達國家的企業界視為一種起死回生的有效手段，並被廣泛應用於各種類型的企業和政府機關等組織的管理中。公共關係實務中的目標管理思想，總的來說是指根據組織的公共關係總目標，控制組織公共關係活動的全過程，使公共關係活動能夠全面順利進行的一種科學方法。公共關係實務中目標管理的基本內容是：以一定時期內（通常為一年）組織的公共關係總目標為基礎，將這一總目標分解為各個具體的分目標，並使組織的各項公共關係工作都圍繞著為實現這些目標而統籌運用，從而保證公共關係目標的達到。

換言之，這種目標管理思想給公共關係實務工作指出了如此一條思路：在做公共關係實務工作時，首先應該尋找和明確公共關係在某一段時期內所要達到的目標，使全體公共關係人員在工作中有確定的努力方向；當目標確定以後，所有的工作都要以目標為核心，包括作公共關係計劃、將計劃落實的過程和對落實效果的評價等都要圍繞既定的目標去進行；尤其是在公共關係活動計劃的施行過程中，更要時刻牢記已定的目標，不斷和目標進行對照，將偏差及時糾正過來，更有效地對整個公共關係活動過程實行控制。因此，在這種目標管理思想的指導下，公共關係實務工作首要和關鍵工作是制訂目標，並將這一目標貫穿到整個公共關係的工作過程中。可以說，公共關係實務工作的過程實質上是這樣一個過程：

制定公共目標—→實施公共目標—→評價公共目標

既然目標管理思想是公共關係實務工作的指導思想，就必須去深刻了解這種思想，包括這種思想的特點和作用。

那麼，公共關係實務的目標管理思想具有什麼特點呢？這種目標管理思想具有目的性、層次性和整體性等特點。

目的性

實行目標管理，整個公共關係工作就具有非常強的目的性。因為目標管理要求在一開始工作時就要把握工作的目標，使得組織的各項公共關係活動有一個明確的努力方向，從事公共關係工作的人員不會像一盤散沙，而是一個由共同的目標緊密聯繫起來協同工作的集體。

當然，為了加強目標管理的目的性，要求所制定的目標要非常具體和清晰。亦即，既定的目標應力求向量化發展，盡量避免抽象和含糊，不但要突出重點，而且還要切實可行。例如，某家公司制定如下的公共關係目標：『提高企業的知名度，樹立企業良好的形象。』如此的目標就不夠具體，由此可能會影響目標管理的目的性。因為下屬的公共關係人員很可能會問這樣的問題：『要提高知名度，到底要提高到什麼樣的程度呢？』何況企業形象有很多方面，例如讓我們設立企業關心職工生活健康的形象，還是樹立企業為用戶服務的形象呢？何況由於目標不夠明確，可能會引致工作人員工作的積極性降低，滿足較低的工作成績，當知名度稍有提

高時，他們可能就會停止努力，認為已經達到了目標。如果將這一公共關係目標具體化：『將企業原來只有10%的知名度提高到20%，並樹立企業為用戶服務的形象。』並就這樣的目標進行的管理，其目的性就會很明確。當然，這個目標還要切合實際，是一個經由努力可以達到的目標。否則，如果將知名度從10%提高到20%是一個可望而不可及的目標，那麼目標管理的目的性就會減弱，因為不可能實現的目標在某種意義上和目標不明並無任何差異。

因此，對公共關係實務工作實行目標管理能加強管理的目的性。但是這樣目的性的實現要靠目標定得合理，即所定的目標既要具體且又可行。

層次性

層次性是公共關係目標管理中的一個重要概念，其含義包括兩方面：一是指目標的層次性。就一個企業而言，公共關係目標可分為總目標、分目標，甚至在分目標中也可再細分。例如，生產電視機的企業，其公共關係總目標應該配合企業的經營總目標而定為『經由各種公共關係活動，協助企業實現將利潤提高10%的目標』。如果將這一總目標細分，這個企業的公共關係分目標可以為：『經由內部公共關係活動提高職工的士氣和工作效率』以及『經由外部公共關係活動創造推銷電視機的良好環境』。同樣地，這兩個分目標還可以進一步加以細分，以致更為具體化和明確化。二是指對目

標的層次性管理。所謂管理目標的層次性係指在進行公共關係活動的管理過程中，首先要對目標進行分解，然後根據不同層次的目標進行不同層次的管理，下一級的目標要以上一級目標為準則，要為上一級目標服務，這樣從下到上層層落實，以逐步實現總體的目標。

這種公共關係目標管理的層次性在公共關係活動的實施過程中是非常重要的。這種思想的運用能提高公共關係活動的效果和效率，能避免中間環節的脫序現象，使各種具體活動方向明確，同時又便於公共關係人員對所做的工作進行控制。

整體性

公共關係管理目標的整體性就是要對公共關係活動實行全面的綜合管理。

首先，我們要明白公共關係活動是一個積累成果的過程（請參閱本書第 225 頁公共關係實務工作原則第四條『堅持持續不斷努力，積累公共成果的原則』），因此公共關係不是一次就可以完成的，而是需要多次連續的積累。而且，每次公共關係活動不是孤立的，而是相互連續而且相關的。因此，在進行公共關係目標管理時，需要思考各個公共關係目標的活動是否全面、週到，並將所有具有公共關係活動放在一個整體中去統籌安排，建立一個縱橫交錯、全面完整的公共關係目標體系，努力使得前後各項的公共關係活動和