



普通高等教育“十一五”国家级规划教材  
面向 2 1 世纪 课 程 教 材

# 公共关系学

(修订版)

张克非 编著



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS

普通高等教育“十一五”国家级规划教材  
面向 21 世纪课程教材

# 公共关系学

(修订版)

张克非 编著



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS

### 图书在版编目(CIP)数据

公共关系学 / 张克非编著. —2版(修订版). —北京: 高等教育出版社, 2007.9

ISBN 978-7-04-020915-0

I. 公… II. 张… III. 公共关系学—高等学校—教材 IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 115425 号

策划编辑 武黎 责任编辑 徐静冬 封面设计 杨立新  
版式设计 王艳红 责任校对 俞声佳 责任印制 韩刚

---

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
总 机	010-58581000		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
		网上订购	<a href="http://www.landaco.com">http://www.landaco.com</a>
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司		<a href="http://www.landaco.com.cn">http://www.landaco.com.cn</a>
印 刷	北京民族印刷厂	畅想教育	<a href="http://www.widedu.com">http://www.widedu.com</a>
		版 次	2001 年 1 月第 1 版
开 本	787×960 1/16		2007 年 9 月第 2 版
印 张	23.5	印 次	2007 年 9 月第 1 次印刷
字 数	440 000	定 价	27.00 元

---

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 20915-00

# 目 录

<b>第一章 现代社会变迁与公共关系的萌芽</b> .....	1
<b>第一节 历史上人们对关系的认识和重视</b> .....	1
一、关系的重要性 .....	1
二、历史上人们协调关系的努力 .....	2
<b>第二节 近代社会的变革与公共关系在美国的萌芽</b> .....	5
一、人类的现代化进程 .....	5
二、公共关系事业在美国的萌芽 .....	7
<b>第二章 现代公共关系的兴起和发展</b> .....	14
<b>第一节 现代公共关系在美国的兴起和发展</b> .....	14
一、19 世纪末 20 世纪初的美国社会及其矛盾 .....	14
二、现代公共关系观念和活动的出现 .....	16
三、20 世纪前期公关事业的成熟 .....	17
<b>第二节 公共关系事业在“二战”后的迅速发展</b> .....	19
一、各国和国际公关组织纷纷建立 .....	19
二、公关学科和理论建设取得重大进展 .....	21
三、公关实践全面推进 .....	22
四、公关专业教育和人才培养稳步发展 .....	22
<b>第三节 中国公共关系事业的发展历程、现状与未来</b> .....	23
一、中国内地公共关系事业的兴起 .....	24
二、90 年代公关事业的再度崛起 .....	26
三、21 世纪公关事业的稳步发展 .....	29
<b>第三章 公共关系的主体——组织</b> .....	34
<b>第一节 社会组织分析</b> .....	34
一、组织的特点 .....	34
二、组织的分类 .....	35
三、组织的发展趋势 .....	36
<b>第二节 组织的生存环境</b> .....	39
一、组织环境及其构成 .....	39
二、公众与组织环境 .....	40
三、组织的公众关系及其特点 .....	42
<b>第四章 公共关系工作的对象——公众</b> .....	47

## 目 录

第一节 公众分析	47
一、公众的范围与特点	47
二、公众的需求与权利	49
三、公众的分类	51
第二节 影响公众	55
一、了解公众	55
二、服务公众	56
三、劝说公众	57
四、引导舆论	58
第三节 公众对象举要	60
一、内部公众	60
二、顾客公众	62
三、媒介公众	67
四、政府公众	72
五、社区公众	75
第五章 公共关系——现代组织的无形资产管理	79
第一节 国内外有关公共关系的主要定义及其演变	79
一、国外关于公共关系的主要定义	79
二、中国公关界对公共关系的定义	82
第二节 公共关系的内涵	84
一、公众关系状态	84
二、公共关系活动	85
三、公共关系意识	85
四、公共关系专业、职业	88
五、公共关系学科	89
第三节 无形资产管理——组织战略管理的新领域	90
一、组织无形资产及其重要性	90
二、无形资产管理及其特点	95
第四节 公共关系在组织无形资产管理中的作用及其特征	101
一、公共关系在组织无形资产管理中的作用	101
二、公共关系工作的基本特征	106
第六章 公共关系与信息传播	109
第一节 信息传播和公共关系传播模式	109
一、传播及其要素、过程	109
二、传播的主要方式	111
三、公共关系的传播模式和特点	113
第二节 公关传播效果及其影响因素分析	116
一、当今社会传播活动的新变化	116

二、公关传播效果的影响因素分析 .....	117
<b>第三节 公共关系传播的手段与艺术 .....</b>	<b>122</b>
一、公关传播中的语言沟通 .....	123
二、公关传播中的非语言沟通 .....	127
三、公共关系传播中的文字沟通 .....	129
四、公共关系中的组织传播和大众传播 .....	131
<b>第四节 改善公共关系传播效果的艺术——整合传播 .....</b>	<b>131</b>
一、整合营销传播 .....	131
二、公共关系整合传播 .....	132
三、公共关系整合传播举例 .....	133
<b>第五节 网络传播与网络公关 .....</b>	<b>135</b>
一、网络传播对公关工作的意义 .....	137
二、网络公关的任务 .....	139
<b>第七章 公共关系人员的日常工作 .....</b>	<b>145</b>
<b>第一节 搜集和管理信息 .....</b>	<b>145</b>
一、阅读有关报刊 .....	146
二、浏览、搜集网上信息 .....	147
三、建立信息档案,编制信息快讯 .....	147
<b>第二节 沟通引导,传播信息 .....</b>	<b>147</b>
一、撰写新闻稿和著书立说 .....	147
二、编辑组织报刊 .....	149
三、编写年度报告和各种小册子、宣传品 .....	150
四、拍摄照片、电视短片、制作录音、录像资料 .....	151
五、写书信 .....	152
六、利用网络进行沟通 .....	152
<b>第三节 社会交往 .....</b>	<b>153</b>
一、接待工作 .....	155
二、会谈 .....	157
三、慰问、祝贺 .....	158
四、宴请 .....	159
<b>第四节 专题活动 .....</b>	<b>159</b>
一、庆典 .....	160
二、展览会 .....	161
三、开放参观日 .....	162
四、赞助、捐赠活动 .....	163
<b>第八章 公共关系的工作程序(一) .....</b>	<b>169</b>
<b>第一节 确定问题,进行调研 .....</b>	<b>170</b>
一、公关调研的重要意义 .....	171

二、公关调研的主要特点 .....	172
三、公关调研的类型 .....	173
<b>第二节 公关调研中常用的方式与方法 .....</b>	<b>181</b>
一、公关调研中常用的方式 .....	181
二、公关调研中常用的方法 .....	183
<b>第三节 公关调研的过程和应注意的问题 .....</b>	<b>190</b>
一、调研的准备阶段 .....	190
二、调研的实施阶段 .....	192
三、调查资料的统计、分析和研究阶段 .....	193
<b>第九章 公共关系的工作程序(二) .....</b>	<b>196</b>
<b>第一节 公共关系策划的过程、方案与要求 .....</b>	<b>196</b>
一、公关策划的过程 .....	196
二、公关策划方案的主要内容 .....	198
三、公关策划及其方案的基本要求 .....	202
<b>第二节 公共关系策划中的创意 .....</b>	<b>204</b>
一、公关创意的特点 .....	204
二、公关创意的角度与方法 .....	206
<b>第三节 公关策划的类型及其特点 .....</b>	<b>212</b>
一、组织行为策划 .....	212
二、组织环境策划 .....	214
三、组织形象策划 .....	215
四、改变公众态度与行为的策划 .....	217
五、组织的广告策划 .....	218
六、公关促销活动的策划 .....	222
<b>第十章 公共关系的工作程序(三) .....</b>	<b>229</b>
<b>第一节 实施阶段的任务与特点 .....</b>	<b>229</b>
一、实施阶段的任务 .....	229
二、实施阶段的特点 .....	230
<b>第二节 实施阶段的各主要环节及其工作 .....</b>	<b>232</b>
一、实施前的准备工作和环节 .....	232
二、公关活动进行过程中的各项工作 .....	233
三、公关活动结束时的收尾工作 .....	235
<b>第三节 公关活动效果的评估与反馈 .....</b>	<b>236</b>
一、评估反馈的作用与操作特点 .....	236
二、公关评估的重点、角度与应搜集的信息 .....	238
三、公关评估的步骤与方法 .....	240
<b>第十一章 企业组织的公共关系 .....</b>	<b>243</b>

第一节 企业公共关系的特点 .....	244
一、中国企业的现状与公共关系问题 .....	244
二、中国企业公共关系的特点 .....	245
第二节 企业公共关系的任务 .....	247
一、协助企业做好人力资源的开发 .....	247
二、强化服务意识,提高服务水平 .....	252
三、协助企业培育品牌 and 良好形象 .....	257
四、参与战略管理,培育企业的核心竞争力 .....	260
第三节 企业公共关系举例 .....	262
一、与世界共舞——联想的企业公关和体育营销 .....	262
二、有文化的“牛”——蒙牛的发展奇迹与企业文化建设 .....	269
<b>第十二章 政府组织的公共关系 .....</b>	<b>276</b>
第一节 政府组织的社会作用 .....	277
一、政府组织的特点和社会功能 .....	277
二、政府组织改革、建设的任务及政府公关的历史经验 .....	278
第二节 政府公关的主要任务及其特点 .....	280
一、政府公关的主要任务 .....	280
二、我国政府公关的特点 .....	288
三、当前政府公关工作的基本要求 .....	289
第三节 政府组织公共关系举例 .....	290
一、北京奥运会与政府公关 .....	290
二、政府公关为浦东崛起添彩助力 .....	294
<b>第十三章 社会性组织的公共关系 .....</b>	<b>299</b>
第一节 我国社会性组织的公关问题与公关任务 .....	300
一、社会性组织的环境和公关问题 .....	300
二、从公共关系角度所作的分析 .....	301
三、社会性组织公共关系工作的任务 .....	304
四、公关与非政府组织的发展 .....	310
第二节 社会型组织公共关系举例 .....	311
一、爱洒人间——台湾地区慈济会的公关活动 .....	311
二、以公关搭桥,与动物为友——“上海动物园之友”公关联谊活动 .....	314
<b>第十四章 突发事件公共关系 .....</b>	<b>317</b>
第一节 突发事件及其对组织的影响 .....	317
一、突发事件的分类与起因 .....	318
二、突发事件的特点与影响 .....	321
第二节 公共关系与突发事件管理 .....	322
一、突发事件的防范 .....	322



---

二、突发事件处理中的公关策略 .....	324
三、突发事件处理中的公共关系工作 .....	325
<b>第三节 突发事件公关举例 .....</b>	<b>328</b>
一、突遭风浪,“金龙鱼”化险为夷 .....	328
二、冲出“PPA”事件阴影的中美史克 .....	330
<b>第十五章 公共关系机构与公关从业人员 .....</b>	<b>334</b>
<b>第一节 公共关系机构与组织 .....</b>	<b>334</b>
一、组织内部的公关机构 .....	334
二、公共关系公司 .....	336
三、公共关系社团 .....	338
<b>第二节 公共关系从业人员的素质与能力 .....</b>	<b>341</b>
一、公关从业人员的心理素质 .....	341
二、公关从业人员的道德修养 .....	344
三、公关从业人员的能力要求 .....	351
四、公关从业人员的知识结构 .....	353
<b>第三节 公共关系从业人员的培养与考评 .....</b>	<b>354</b>
一、公关从业人员的培养 .....	354
二、公关从业人员的资格认证和业绩评定 .....	356
<b>参考书目 .....</b>	<b>359</b>
<b>修订版后记 .....</b>	<b>363</b>

# 第一章 现代社会变迁与公共关系的萌芽

## 学习指要

通过学习本章,了解和掌握:关系的重要性及其特点,历史上人们为协调、改善关系所作的各种努力;始于西方的现代化进程对人类的影响;公共关系的起源和在美国的萌芽。

“公共关系”译自英语的“Public Relations”,尽管人们对公共关系的翻译表述及其内涵,还有各种不同的理解和争议,但在今天,无论是作为一种客观的关系类型、一种管理和传播活动、一种专门的工作和职业,还是一门学科、一种现代意识,公共关系的存在和重要作用,都已成为随处可见、无法否认的事实。它的出现、形成和发展,具有深刻的社会需要和原因,经历了一个逐步成熟的过程。因此,弄清现代公共关系的来龙去脉及其在国内外的演变,有利于对它形成初步的了解。

## 第一节 历史上人们对关系的认识和重视

### 一、关系的重要性

自从有了人类,人与人之间、人与自然之间就必然形成各种各样的联系;并随之建立各种类型的关系,进而构成家庭、组织和人类社会。社会愈发展,关系就愈复杂、多样,所起的作用也就愈大。

从哲学的角度来说,关系具有三大特点:首先,关系具有客观性和有效性。它反映了事物及其特性之间的相互联系。关系是客观的,存在于相应的事物之间,任何事物都只有在同其他事物的联系中才能生存和发展。关系的存在,表明相互联系的事物之间存在着一致性、共同性和彼此的影响,所以,关系又是互相的。其次,关系具有可变性。它不是一成不变的,它必定随着事物本身及其相互间联系的变化而改变,甚至消失或产生出新的关系。最后,由于事物本身及其不同事物之间联系的多样性,决定了关系的复杂性和多样性。<sup>①</sup>

<sup>①</sup> 参见《中国大百科全书·哲学》,中国大百科全书出版社1987年版,第263页。

以人为例,人本身既是各种复杂关系的核心和创造者,同时又是各种复杂关系的产物,正如马克思所说:“人的本质并不是单个人所固有的抽象物,在其现实性上,它是一切社会关系的总和。”<sup>①</sup>对于人而言,关系的客观性、重要性、可变性和多样性随处可见。人从一出生,就开始生活在他与别人所形成的各种自然关系和社会关系之中,并由此而形成了他的客观生存条件和环境,决定了他之所以能得到别人关爱和帮助的理由,也决定了他的权利、责任,甚至身份和地位。关系的多寡和性质,也反映了一个人被别人、被社会认可和接受的程度,体现着他的社会能量、身份和地位。而人在关系中是具有能动性的,他可以通过自己的努力,有选择地建立、发展、巩固和改善周围的各种关系。

经济学家认为:“我们必须强调一个明显的事实,即人类总在相互交往,必须从社会联系中来考察人的行为。事实上,没有什么人能在稍长一点的时期内单靠自己而很好地活动,他们都需要由其伙伴的反应来激励和控制。人完全是因为与其伙伴的个人联系才在智力上、道德上、文化上和情感上不断成长的。实际上,对绝大多数人来讲,孤立无援、无人知晓、众叛亲离的境地都是最难以忍受的。”“人们确立双向的关系并需要各种持续的群体结合。每一种与他人的联系都给我们一种归属感,但同时也将一种制度约束加于我们。这样的联系使人们体验到一种深深的满足,并给人以一种认同感和安全感。”<sup>②</sup>对人而言,关系有的是与生俱来的,但大部分是交往的产物;而交往又是人本身成长的前提条件。人离开交往和关系,就意味着失去了别人的帮助而处于自我隔绝、孤立无援的境地。“在很多方面,关系决定我们的生活。我们拥有的个人关系和商务关系越好,我们就越容易销售我们的产品和理念,甚至‘推销’我们自己,我们的生活也将越有价值,越充分,越成功。”<sup>③</sup>

### 二、历史上人们协调关系的努力

历史上,人们很早就对关系的重要性有了充分的体会和认识,并想方设法在日常生活和社会实践中去调整、规范和改善各种重要关系。这也为后人积累了大量可资借鉴的宝贵经验和做法。

在中国古代,从商周开始,统治者就十分重视调整、改善和巩固各种重要关系。《尚书》是保存至今最古老的文献汇编,记载了当时的统治者恩威并用、软

<sup>①</sup> 马克思:《关于费尔巴哈的提纲》,《马克思恩格斯选集》第1卷,人民出版社1995年版,第56页。

<sup>②</sup> [德]柯武刚、史漫飞:《制度经济学——社会秩序与公共政策》,韩朝华译,商务印书馆2000年版,第70、71页。

<sup>③</sup> [美]杰尔·厄卡夫、维利·伍德:《关系决定成败》,鲁刚伟译,中国社会科学出版社2005年版,第3页。

硬兼施,为建立、协调、规范统治集团内部的关系以及与被统治者的关系所做的各种努力。如强调“天命”和“敬天保民”,以“天”作为确立人世间各种关系和统治权力的最高权威。以血缘、婚姻关系和宗法、分封制度,建立和保持统治集团内部相互间的隶属关系;再用严格的“礼”将这种尊卑有序、等级森严的上下关系规范化、制度化,不得淆乱、僭越。以“德”作为对各级统治者的自我约束和评价准则,形成对社会秩序、等级制度和各种关系的精神维系。为了及时了解下情和民意,西周时又形成了派专门的“行人”、“道人”到民间采集诗歌的制度,保留至今的《诗经·国风》中的许多作品,就源于当时所采集的民间创作。

春秋战国时期,随着社会转型和宗法制度的解体,出现了“礼崩乐坏”、诸侯争霸和“百家争鸣”的纷乱局面,民心的向背、人才的归属等,决定着各个国家实力的强弱甚至存亡。君民关系、君臣关系和国与国之间的关系,都显得更为复杂也更加重要。当时,众多的政治家、军事家、思想家都深深地认识到社会关系、人际关系和君主与臣民关系的重要性,千方百计去思考、建构、协调、处理和稳固各种关系,从而使这一时期人们对关系重要性的认识和协调关系的能力都达到了前所未有的水平。逐渐形成了追求“人和”、“和为贵”、“和而不同”以及人与天地和谐共生的“天人合一”的思想。一些统治者已经意识到“防民之口甚于防川”的道理,像郑国的“子产不毁乡校”,就是为了保留了解“民情”、“民意”的渠道。当时,在“士”这个最早的知识阶层中间,除了专事沟通、说服别人,尤其是做当权者的“舌辩之士”,许多人都擅长于通过各种关系资源来施展自己的政治抱负。这些在《春秋》、《左传》、《战国策》和诸子百家著作等先秦典籍中都有大量的记载。具体而言,春秋时期大国争霸中各国间频繁的结盟与对抗,战国时期的“合纵”、“连横”和“远交近攻”,秦国商鞅在变法初期“徙木赏金”以取信于民,奉命到薛城收债的食客冯驩为齐国孟尝君“焚券市义”而换取民心……类似故事比比皆是,不胜枚举。

还有,当时的各个学派,也都分别提出自己重建、协调社会关系和秩序的主张。儒家以“三纲五常”来划分和规范当时人与人的关系,强调以“仁”、“义”、“礼”、“智”、“信”和“忠恕”之道,作为人们基本的道德追求和处理相互关系的准则。墨家主张“兼爱”、“尚贤”、“尚同”、“尚俭”,追求人与人之间相对平等、爱无等差的关系。道家主张人们返璞归真、清静无为,与自然浑为一体,消除彼此的矛盾和争斗。法家则建议君主用“法”、“术”、“势”来统御臣民,以严刑峻法来威慑民众,严格规范人们的行为和上下关系。而以《孙子兵法》为代表的古代军事思想,从克敌制胜的需要和朴素的辩证法思想出发,高度重视自身的团结,齐心协力,“上下同欲者胜”;同时特别强调掌握敌我双方的情况,“知己知彼,百战不殆”;主张“上兵伐谋”,“不战而屈人之兵,善之善者也”;通过各种努力,攻心为上,以最小的代价转变双方的敌对关系,化敌为友,争取最大的成果。

春秋战国时期人们对“和”、“合”关系及其哲学的重视、认识和创造性实践,体现了高度的政治智慧和高超的人生艺术,对其后中国古代文化的发展产生了非常重要的影响;也为人类文明宝库增添了重要的财富。中国古代社会之所以能在较长时期保持繁荣、稳定,形成独一无二的多民族大帝国,曾在政治制度、经济、文化和技术等不少方面领先于世界,其中一个很重要的原因,就在于比较早地形成、建立了与东方农业文明相适应的社会关系、家庭关系体系,并且以其相应的政治制度、法律和思想、道德体系,维护着这些关系体系的稳定和效力。所以,在古代大多数时间,保证了中国这个“礼仪之邦”的秩序、实力和威望,也规范着人们的行为和观念。

同样,在古代和中世纪的西方国家,先民们也十分重视建立各种关系,并探索出能有效巩固和改善关系的方式、手段。在以雅典为代表的古希腊城邦国家,是对古代世界的“政治制度、军事科学、思想文化贡献最多的国家之一”<sup>①</sup>。在公元前5世纪,雅典城邦即已形成相对成熟的直接民主制度。“城邦的政治主权属于它的公民,公民们直接参与城邦的治理,而不是通过选举代表,组成议会或代表大会来治理国家(即所谓代议制度)的那种制度。”例如在伯里克利斯时代的雅典(前443—前429年),全体公民都要出席每月举行二至四次的“公民大会”,讨论、解决城邦的一切重大事件。每个公民在公民大会中都有选举权,都有可能被选为“议事会”的成员,都要轮流参加陪审法庭。<sup>②</sup>在这种民主政体下,公民的评价和意见,对于政治家具有决定性作用。因此,但凡要在政治上有所作为的人,都必须注意自身的修养、行为和形象,掌握与公民沟通、说服和影响公民的艺术。“希罗多德引证说,自由乃是雅典城邦繁荣强盛的唯一源泉。……正是这个原因,希腊人的演说术只有在充分自由时才开始得到繁荣”<sup>③</sup>。“在民主政体下,富豪子弟想在政治上谋出路,也向智者学习修辞术。当日的政治家,也就是演说家,雅典的情形尤其如此。”<sup>④</sup>所以,演说术以及与之相关的修辞学等,被视作说服听众的技巧,在当时极受欢迎和重视。出现了不少著名的演说家和修辞学家。著名学者亚里士多德就曾在雅典创办吕克昂学院,给学生讲授“修辞学”等课程,并写了《修辞学》一书,对修辞术、讲演术等进行了专门、系统的研究。这种传统又被其后的罗马共和国所继承,西塞罗就是公元前1世纪罗马众多政治家中最擅长演说的一位。当时,屡立战功、声望卓著而又控制军队的罗马将领尤利乌斯·恺撒,也十分重视通过有效、及时的沟通和宣传手段,树立自己

① 李天祐:《古代希腊史》“导言”,兰州大学出版社1991年版,第4页。

② 顾准:《顾准文集》,贵州人民出版社1994年版,第72页。

③ [德]温克尔曼:《希腊人的艺术》,邵大箴译,广西师范大学出版社2001年版,第111页。

④ 亚里士多德:《修辞学》导言,罗念生译,三联书店1991年版,第3页。

的形象和威望。在他率兵征服高卢的过程中,派人将军队战况和沿途见闻写成生动的报道,及时报送罗马元老院,并在罗马广为传抄、散发,取得了很大的轰动效应,为其掌握国家最高权力创造了条件。

中外历史上人们传播信息、调整关系的实践,虽然丰富多彩、充满智慧,但也具有自身的特点和局限。首先,这些活动主要是围绕统治者的政治需要进行的,以维护统治者利益为基本出发点。其次,关系双方的地位是不平等的,统治者一方享有相当大的权力,垄断较多信息资源,居于主动地位;而被统治者的权利则得不到保护,处于被动地位;信息的传播往往是单向的,缺少相应的反馈。再次,信息传播的方式、手段比较简单,主要是人际口头传播,并常常辅之以威逼利诱,信息在传播过程中不免受主观因素的影响,容易失真;信息传播的速度慢,数量和对象都比较有限。

## 第二节 近代社会的变革与公共关系在美国的萌芽

### 一、人类的现代化进程

如果说,以往人类生产和传播信息、知识、思想的内容、数量、速度,都不可避免地受到传播手段、方式的限制而很难有大的突破。那么,随着中国古代造纸和印刷技术的西传,德国人谷登堡在1450年发明了活字版印刷术,则是人类传播史上一个划时代的突破。尽管此项发明最初的用途,首先是印刷基督教的《圣经》等宗教书籍,但其发展和结果却远远超出了宗教本身。1455年,有些城市“就已经在经营标准化生产的印刷事业了”。1500年,236个欧洲城市有了印刷工场。在16世纪,欧洲印刷业加速发展,每种出版物平均印数约1000册,14~20万种书共印1.4~2亿册。可是,直到16世纪末,“整个欧洲的居民总数也不过1亿挂零”<sup>①</sup>。“到了16世纪,对于任何能够阅读的人而言,书籍已经是唾手可得”。麦克卢汉认为,在一个相当特殊的意义下,书籍是最早的用现代方式大量生产的工业商品<sup>②</sup>。欧洲印刷术的发明和书籍的大量印刷、出版,不仅促进了文艺复兴、宗教改革和欧洲各国民族主义的兴起,而且大大加快了知识、思想的复制、传播乃至生产和消费,甚至代表了以图书的大批量印制为开端的大众传播时代在西方的率先到来。这也有力地促进了西方社会的转型,加快了其发展速

<sup>①</sup> [法]布罗代尔:《15至18世纪的物质文明、经济和资本主义》第一卷,顾良、施康强译,三联书店1992年版,第471页。

<sup>②</sup> 转引自[美]本尼迪克特·安德森:《想象的共同体——民族主义的起源与散布》,吴叡人译,上海世纪出版集团2005年版,第31页。

度。社会学家郑也夫根据中外学者的统计,对20世纪前中西书籍的数量进行了对比(见表1-1),并由此提出,“在15世纪之前,中国的信息储量几乎可以同整个欧洲抗衡,因此中国文化才赫然居于当时世界的前列。而自1450年古登堡印刷术发明后,中西在信息生产和储备上的势态急剧逆转。不仅当时的人们,甚至今天的历史学家们都还没有充分认识到,铅字、符号、图书最早已决定了19世纪中叶中西文明碰撞的结局。当西方人在书籍数量上占有了压倒优势后,它居于世界主流文化的位置,便只是时间问题了”<sup>①</sup>。

表1-1 20世纪前中西书籍种数对比

西 方		西方:中国	中 国	
年代	图书种数		年代(朝代)	图书种数
1450年以前	30 000	0.73:1	1368年以前(明代以前)	40 782
1450—1600年	1 250 000	89:1	1368—1644年(明代)	14 024
1600—1900年	11 250 000	89:1	1664—1911年(清代)	126 649

在印刷术发明以后不久,由哥伦布抵达美洲(1492年)、达·伽马通向亚洲(1497年)的航行和麦哲伦的环球航行(1519—1522年)所代表的地理大发现,“揭示了世界历史的全球性阶段的来临”<sup>②</sup>。从此,人类对于自己居住的地球真正开始有了比较全面的认识。各个不同国家、地区,甚至各洲之间规模巨大的贸易不断发展,欧美主要国家的市场经济伴随世界市场体系的逐步形成而迅速成熟。科学革命、政治革命和工业革命的出现,“给了欧洲以不可阻挡的推动和力量”<sup>③</sup>。以欧洲社会的转型为开端,拉开了人类社会大变革的序幕。“这一变革是以工业化为推动力,导致传统的农业社会向现代工业社会的全球性的大转变过程,它使工业主义渗透到经济、政治、文化、思想各个领域,引起深刻的相应变化。”<sup>④</sup>这就是世界范围内方兴未艾的现代化进程,可以说是人类历史上影响最大的一次社会革命。数百年来实践证明,现代化的道路“是全世界共同的道路,不论哪个国家,哪个民族都要走现代化的道路,这是唯一的道路”<sup>⑤</sup>。虽然由于文化背景、社会结构和历史条件的不同,各个国家和地区的现代化进程开始得

① 郑也夫:《知识分子研究》,中国青年出版社2004年版,第217、218页。

② [美]斯塔夫里阿诺斯:《全球通史——1500年以后的世界》,吴象婴、梁赤民译,上海社会科学院出版社1999年版,第213页。

③ [美]斯塔夫里阿诺斯:《全球通史——1500年以后的世界》,吴象婴、梁赤民译,上海社会科学院出版社1999年版,第243页。

④ 罗荣渠:《现代化新论》,北京大学出版社1993年版,第17页。

⑤ 何兆武:《学问只有精粗高下之分而无中西之别》,载《北京青年报》2006年11月29日。

有早有晚,实现现代化的道路和模式、经历的发展阶段和效果各有不同,但却表现出一些共同的趋势和特征,即市场经济取代自然经济、科学技术带动工业革命和社会生产力的飞速发展、政治的民主化与法治化、人的观念和素质的更新以及社会关系结构的变化等。正是以这些特征为主所构成的巨大变革,为公共关系的萌芽,提供了客观条件和社会需要。

市场经济、现代科技和民主政治的影响,工业化和城市化水平的提高,大多数人的生活状况的改善,教育的普及……都使人的活动、交往范围空前扩大,使人的素质得到改善、能力大为增强,“使个人逐渐摆脱传统的家族、乡里、行会等的束缚和身份等级制的限制,加速了社会成员的平等化、自主化、流动化”<sup>①</sup>。现代人的个性、独立意识、权利意识和民主意识都日渐增强;但与此同时,人与人、人与社会的联系却更加广泛、更加密切。“人作为实在的、现实的、具体的存在物,本来就是处于关系之中的”。“人的现实的存在和现实的特性、本质与本质力量同人的现实的关系是一致的”。人更需要通过与自己的活动相适应的各种中介,如各种形式的物质工具、装备、设施、货币、语言、符号、规章、制度、律令、规范、思维概念以及它们的运用方法等等,形成“人与自然界之间和人与人之间的复杂的关系网络系统。这种关系网络系统就是使人成为现实的事物的现实的周围生活条件、文化环境”<sup>②</sup>。因此,现代的生存方式与社会环境,迫使人们必然与社会、市场、他人进行物质、信息、情感和劳动等多方面的交流与沟通,结成多层次的关系网络,并在这些交流和关系中实现自我的存在与自由发展,体现自身的社会价值。这种特性,是现代人与传统人的本质区别。

总之,现代化进程造成的影响是多方面的。由此而形成的现代文明包含着更为复杂的关系和多元化的利益,需要在运用法律、道德和行政方式进行社会管理的同时,寻求其他新的协调手段。于是,主要通过有计划、经常性的信息沟通,来协调组织与公众之间的相互关系,以达到明确目标的公共关系活动便应运而生。

## 二、公共关系事业在美国的萌芽

伴随着自16世纪以来出现的科学革命、政治革命、工业革命和现代化进程,社会发展的速度大大加快,人的社会角色和关系也像西方法学家梅因所说,经历了从“身份到契约”的根本变化。<sup>③</sup>传统的等级社会和统治者与被统治者的关系,都开始被人与人的平等观念和相互间的契约关系所取代。

<sup>①</sup> 罗荣渠:《现代化新论》,商务印书馆2004年版,第149页。

<sup>②</sup> 夏甄陶:《人:关系、活动、发展》,载《哲学研究》1997年第10期。

<sup>③</sup> 转引自何兆武:《苇草集》,三联书店1999年版,第396页。



近代以来,不仅社会关系在性质上有了根本的变化,民众受教育的程度、素质逐步提高,他们的权利和社会地位不断加强并开始得到法律的认可、保护。对于政府管理机构及各种社会组织而言,民众的存在,要求、利益和态度、行为,都具有越来越重要的意义和作用,尤其是政党、企业等不同性质的竞争性组织在各国的相继出现,更加需要得到广大公众的支持。而图书、报刊等现代传播媒介的出现和普及,也为向公众有目的、有计划、大规模地传播信息,进而影响公众态度、引导公众舆论、组织公众参与社会活动,提供了便利、有效的宣传和沟通手段。于是,与现代公共关系事业非常接近的活动在一些国家已经逐渐出现,标志着公共关系事业的萌生。例如,影响欧洲许多国家和民众的宗教改革运动、启蒙运动,特别是英国和法国的资产阶级革命、北美殖民地人民的独立和建国,以及在很多国家、地区相继出现的民族、民主运动,都有早期公共关系活动的突出贡献。其中,尤以北美的独立运动和稍后美国政治、经济变化中的类似活动最为典型,这也为19世纪末20世纪初,现代公共关系在美国的兴起和发展创造了条件。

### 1. 北美殖民地社会的特点及其独立过程中的舆论宣传

美国是一个建国仅有两百多年的国家,具有相对特殊的社会状况和历史。自从1492年哥伦布完成从欧洲到美洲的航行之后,大批的欧洲移民出于各种原因,怀着各自的梦想,源源不断地冒着危险,背井离乡,漂洋过海来到这里。1620年11月11日,“五月花号”帆船抵达北美科德角外的普罗温斯顿港,船上的41名男乘客共同签订《“五月花号”公约》,结为民众自治团体。在这片辽阔、神奇而又荒凉、陌生的大地上,充满了财富、机会和危险。奇特的环境、生存的压力和需要,使相继来自许多国家、民族的移民们,远离了旧大陆上长期形成的社会等级、专制压迫和宗教冲突,按照实际情况和需要,以及在欧洲兴起的自由、平等意识,还有民众自治、尊重法治的精神,逐渐培育出一种新的社会结构和民族精神。这里少有传统的束缚,却不乏对新事物的好奇和务实的态度、试验的勇气及对个人才干、成功的尊敬。

为了克服人口稀少而造成的疏离、松散,加强人们彼此的沟通 and 交流,减少各种危险,早在1690年,哈里斯创办了《国内外公共事件》,虽然仅出了一期即被查禁,却标志着北美殖民地报业的兴起。1704年4月24日,任波士顿邮政局长的约翰·坎贝尔创办了《波士顿新闻信札》,这是北美殖民地第一份真正的报纸,连续经营了15年。<sup>①</sup>1733年11月5日,约翰·彼得·曾格开始出版《纽约周刊》,载文批评英国殖民总督的政策;次年11月,被殖民当局以“煽动闹事”

<sup>①</sup> [美]埃德温·埃默里、迈克尔·埃默里:《美国新闻史——报业与政治、经济和社会潮流的关系》,苏金琥、张黎等译,新华出版社1982年版,第31、35页。