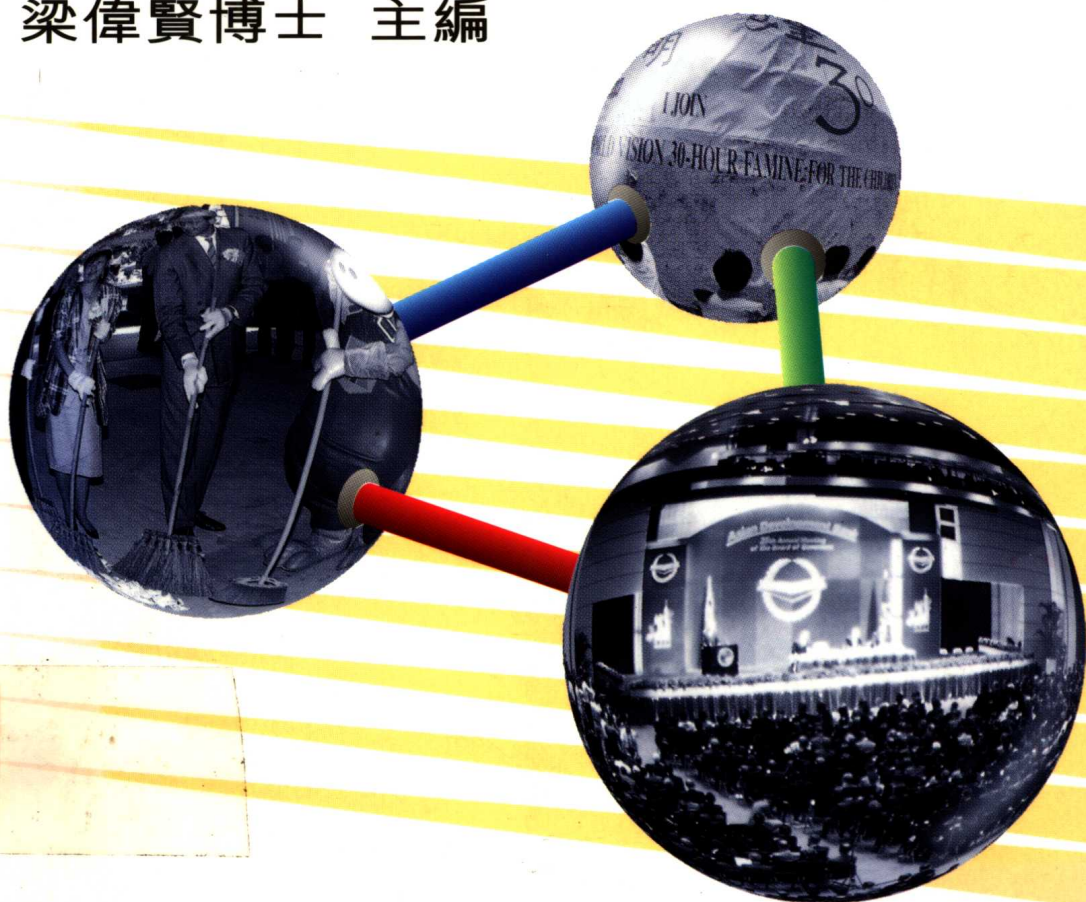


論新關係公共

梁偉賢博士 主編



商務印書館

學書
大用
⑥

公共關係新論

梁偉賢 主編

商務印書館

公共關係新論

出版人 陳萬雄
主 編 梁偉賢
責任編輯 黎彩玉
封面設計 梁兆康
出 版 商務印書館（香港）有限公司
香港鰂魚涌芬尼街2號D僑英大廈
印 刷 美雅印刷製本有限公司
九龍官塘榮業街6號海濱工業大廈4樓A
版 次 1995年9月第1版第1次印刷

© 1995 商務印書館（香港）有限公司

ISBN 962 07 6213 4

Printed in Hong Kong

版權所有 不得翻印

出版說明

在邁向 2000 年的今天，全球的經濟、科技以及交往手段的發展一日千里，世界各國間的國界壁壘已經打破或正在打破，全世界正逐漸走向一體化之“地球村”。在學術發展的領域內，也出現這樣一種跨越界限的新趨勢，從西方發展出來的各種學科，特別是社會科學，已邁進了跨科際、跨學派的年代。沒有一種學科或學者，可以閉關自守地進行研究。

商務印書館(香港)有限公司際此多元變化、崇尚開放、溝通的年代，特意組織了這套【大學用書】系列叢書，並有幸邀得一批資深和新一代的知名華人學者，合力把當代學術的主要課題及研究心得，以平白淺易的筆觸，介紹給廣大讀者，以期能開啟彼等對當代學術之認識，進而能夠應付社會急劇變化帶來的挑戰。

由是觀之，【大學用書】之讀者對象，並不限於修讀有關學科之大專學生，同時也適合一般讀者參考閱讀。當然，以上只是我們在編輯構想及組稿過程中的一些體會及努力的方向，有不盡善之處，尚祈各界人士不吝賜正，共同把“大學之道，在明明德，在親民，在止於至善”的精神實現出來。

商務印書館
編輯部 謹識

許賢發序

中國人處世的哲學一向講求內蘊、含蓄，就算自己“學富五車”，亦只謙稱“才疏學淺”，深信“有麝自然香”，不必自吹自擂的道理。

可是，將這套哲學用諸講求包裝的商業社會，則未必可行。20世紀90年代，經濟飛升，百業興旺，加上通訊科技發達，每日我們都被各種各類的資訊重重圍繞着，若要突圍而出，讓其他人對自己的機構、公司有所認識及認同，可真不容易，我們不得不在“公共關係”方面多下功夫。

即如其他新興學科一樣，西方國家率先對公共關係學作有系統的研究，在香港發展的日子也不過是短短三、數十年。現時，在本地學術界和坊間流傳的公關書籍，多以英文寫成，亦足可佐證。由於實際的經濟效益及可以幫助機構建立形象，工商界較樂意調配資源，發展公共關係一環。

近年來，民主風氣日盛，政府也日漸開放，而為了吸納民意及爭取支持，一向處事低調的政府部門也一改作風，除加強諮詢和新聞發布外，甚至向公眾提出服務承諾，這都反映了政府逐漸看重公關的態度，而我們社會服務界又當如何自處呢？

反觀我們的社會福利機構，由於資源有限，因此寧願將資源及心思花在服務質素的提升上面，故往往忽略了對外“公關”的重要性。

我們都明白，現時很多社會福利服務機構都得不到政府的全面資助，往往要自尋資金或贊助，甚至招募義工幫忙推展活動。因此，機構要在有需要時尋求協助，便不得不在平時多下苦功，

讓捐助者、傳媒機構，甚至是普通市民多認識機構的宗旨、目標和服務內容，從而得到更大的認同和支持。

社聯在幾年前已看到這個需要，並且邀得梁偉賢博士進行一項調查，以了解香港社會福利機構的公關情況。現在，梁博士更融合公關的發展歷史、理論原則、運作模式，並結合實際例證，完成這本既全面，又有系統的著作。現時有關公關的中文著作甚為匱乏，梁博士的大作，可謂是不可多得的參考書籍，本書的出版，對我們來說，實在是一大喜訊。

我盼望憑藉梁博士的努力和貢獻，將過往只有工商界才會重視公關學問的形勢扭轉，讓香港各工商機構、政府部門，甚至是社會服務機構，能夠更着重公關活動，加強資訊溝通及提高效率，從而促進香港各機構在各方面有更成熟的發展。

許賢發

香港社會服務聯會

總幹事

編者序

(一)

那是1988年的夏天，一個週末的下午。地點是香港灣仔溫莎公爵大廈，香港社會服務聯會二樓的會議廳。大概有40至50位來自不同的社會福利機構而專責新聞公關事務的“公關大員”，在那裏專注探討與社會福利機構公關活動有關的各種問題。當時筆者應邀負責主講“調查研究於成功的公關活動中所擔當的角色”。

研討會中，筆者發現了：

- (1) 不少任職新聞公關的朋友，對公共關係這門新興學科多是一知半解；
- (2) 不少社會福利機構並沒有充分利用各種公關活動或工具，去改善機構與各類公眾的關係。

研討會後的交談中，大家達致一個共識：有需要進行一個全面的調查，以了解香港社會福利機構使用公關活動的情況。其後，社聯的新聞公關部與筆者繼續跟進聯絡，結果是由筆者負責設計問卷，由社聯新聞公關部負責聯絡所有社聯成員機構和附屬機構，分派及收集問卷，再由筆者負責分析，然後寫成報告。

(二)

在分析資料過程中，筆者發現大部分社會福利機構都沒有充分重視公共關係的工作，也沒有調配足夠資源去建立一個新聞或

公關部門，致使在本質上最需依賴公關去籌募經費和招募義工的社會福利機構，竟然是經常在缺乏社會認識、認同，或支持下運作。

在撰寫報告之前，筆者嘗試閱覽相關的文獻，結果發現：

- (1) 有關公共關係的中文著述甚少：在較大規模的書店及圖書館裏，可以找到的中文專著不夠 20 種，其中以香港出版的佔 50%、中國大陸和台灣出版的各佔 25%。
- (2) 在香港出版涉及公共關係的著述中，雖然所論述的大都與香港公關實務有關，卻流於不夠全面、缺乏系統的分析，更有些是信口閒聊，缺乏理論基礎，也沒有數據支持的論述。
- (3) 在所有中文著述中，只有 1 至 2 本簡單提及社會福利和政府機構的公關實務，對公關個案的研究和分析，更為匱乏。

(三)

根據筆者於 1994 年 5 月至 8 月進行一個全港性公關顧問公司的問卷調查顯示，香港最早的一間專業公關顧問公司於 1963 年成立；因此，專業的公共關係顧問活動作為一個行業的發展，最少已有 30 年歷史。可是，到今為止，香港仍未有一本有關公共關係的著述，對香港公關行業作系統性的描述和研究；也沒有學者嘗試對公關運作與實務作學術上的歸納與理論上的提升研究；更沒有誰對有代表性的公關個案作紀錄、整理，和歸納。

換句話說，就香港而言，以上的研究與論述仍然是一片空白。

(四)

本書就是為了要填補這片空白而作出的嘗試：第 1 章是作為

全書的理論基礎，以歷史的描述方法介紹公共關係的發展簡史（第 1.1 節）；對公共關係的定義作正反兩種取向的探討（第 1.2 節）；為專業公關的角色、工作，和原則，作學術性的整理和歸納（第 1.3 節）；把公共關係的媒介、途徑和活動，在實務和理論之間作交替應用和印證（第 1.4 節）；和介紹公共關係的四個運作模式（第 1.5 節）。

在這個理論基礎上，第 2、3、4 章從性質完全不同的機構觀點出發，分析和描述不同機構所引發和要求的公關哲學和活動，包括工商機構的公關活動和專業公關顧問公司的服務（第 2 章）；社會福利機構的本質和所需賴以發展其服務的公關（第 3 章）；和政府在建行政策時所需作的公關傳播策略（第 4 章）；在第 5 章裏面，我們收集和整理了 6 個策略性公關活動的個案，對每個個案都作了客觀和具備數據的評估和分析。而首次對香港社會福利機構的公關活動作全面問卷調查所得的結果，則附錄於正文之後。

（五）

本書之所以能夠完成，有賴不少人士和機構的協助，包括香港社會服務聯會早期替本書發出和收集有關社會福利機構的公關活動的問卷，也積極替本書彙集策略性公關活動的個案；香港 41 間專業公關顧問公司在後期協助填寫問卷以完成本書的第二份問卷調查（調查結果寫成“香港公關簡史”並編入本書第 1 章內）；這些資料都是第一次在香港收集、整理，和發表，因此，他們對了解公關專業的研究所作的貢獻，是不容置疑的，為此，我們向他們表示敬意和謝意。

同樣要表示我們的敬意和謝意的是關鄭麗敏女士和曾立基先生，前者是香港政府新聞處總新聞主任，為本書撰寫第 4 章有關

政府公關部分，而後者是縱橫財經公關顧問有限公司董事總經理，負責撰寫香港工商機構的公關和專業公關顧問公司的服務，即本書第2章。

此書以公共關係的歷史發展為開始，以策略性公關個案的分析和評估作結尾，全書結合實務經驗的歸納和理論的應用，適宜所有希望對公共關係專業作系統性的研究和認識的人士閱讀，特別是已置身公關行業的人士，就讀於大專院校新聞及傳播學系的同學，和尋找一本可作參考用途的公關論著的老師。

梁偉賢

香港中文大學
新聞與傳播系講師

作者簡介

梁偉賢博士（兼主編）

- 香港中文大學新聞與傳播系講師
- 美國明尼蘇達州州立大學新聞及大眾傳播學院博士
- 曾任職美國國際合眾新聞通訊社，及任教香港浸會大學傳理系
- 92-94年任“廣播事務管理局”成員；88年開始教授大眾傳播法律課程



曾立基先生

- 縱橫財經公關顧問有限公司董事總經理
- 94-95年任愛德曼國際公關（香港）有限公司副總經理及財經傳播部總監
- 89-94年任職博雅公共關係有限公司（職至香港及中國部財經傳播部經理）



鄭麗敏女士

- 香港政府新聞處總新聞主任（專責宣傳科創作組）
- 香港中文大學新聞與傳播系畢業
- 1983年加入政府新聞處，曾派駐職業訓練局、政務總署、新聞處宣傳科及環境保護處
- 曾任撰稿員、電視編導、電影監製



大學用書系列

1 《社會學新論》

李明堃 黃紹倫 主編

2 《經濟學新論》

謝賢程 周亮全 主編

3 《資訊科技新論》

姚力堅 主編

4 《社會工作學新論》

周永新 主編

5 《傳播法新論》

梁偉賢 陳文敏 主編

6 《公共關係新論》

梁偉賢 主編

291 .
L475

公共關係新論

目 錄

出版說明	i
許賢發序	iii
編者序	v

第 1 章 公共關係是甚麼？・梁偉賢..... 1

1.1 公共關係發展簡史.....	3
1.1.1 近代公關概念產生的歷史動力	3
1.1.2 美國公關簡史	4
1.1.3 香港公關簡史	10
1.2 公共關係的定義.....	18
1.2.1 一些誤解	18
1.2.2 公共關係的定義和要素	20
1.3 專業公關的角色、工作和原則.....	23
1.4 公共關係的媒體、途徑和活動.....	27
1.4.1 私人接觸、面對面的交談	27
1.4.2 特別事項活動	31
1.4.3 新聞報導	35
1.4.4 刊物出版	45
1.5 公共關係的運作模式.....	51
1.5.1 媒介宣傳	51
1.5.2 資訊傳遞	52
1.5.3 雙向不對稱	53
1.5.4 雙向對稱	53

第2章 工商機構的公共關係・曾立基…………… 57

- 2.1 引言…………… 59
- 2.2 工商機構的公關…………… 62
 - 2.2.1 財經公關 63
 - 2.2.2 企業公關 67
 - 2.2.3 市場公關 72
 - 2.2.4 公共事務公關 75
- 2.3 推行公關活動的困難…………… 76
- 2.4 專業公關顧問公司…………… 79
 - 2.4.1 客戶服務部門 80
 - 2.4.2 支援部門 82

第3章 社會福利機構的公共關係・梁偉賢…………… 85

- 3.1 與其他機構不同之處…………… 87
 - 3.1.1 機構的存在與目的 87
 - 3.1.2 機構服務的對象 89
 - 3.1.3 機構提供的服務 90
 - 3.1.4 機構可獲取可供使用的資源 92
- 3.2 需要公關的原因…………… 93
 - 3.2.1 社會福利機構需要公關的原因 93
 - 3.2.2 社會福利機構是最需要公關的機構的原因 95
- 3.3 公關活動的困難與優勢…………… 98
 - 3.3.1 困難 98
 - 3.3.2 優勢 100

3.4 公關工作與目標.....	101
3.4.1 協助公眾認識機構	101
3.4.2 在公眾中建立良好形象	105
3.4.3 資料搜集和研究	110
3.4.4 協助義工的招募與訓練	111
3.4.5 協助經費的募捐	112
3.4.6 爭取法例支持	115
3.4.7 協助更多有真正需要的人	116
3.4.8 對內公關的工作與目標	117
3.5 對內公關部門的管理功能.....	118
3.5.1 基於一套服務社會的管理哲學	118
3.5.2 基於一套管理哲學的制度與政策	118
3.5.3 優良制度下的公關	119
3.5.4 卓越的公關即有效的傳播	121
 第4章 政府機構的公共關係・鄭麗敏.....	123
4.1 政府公共關係的目的.....	125
4.1.1 發放信息	125
4.1.2 吸納民意	126
4.1.3 教育市民	127
4.1.4 爭取支持	129
4.2 政府公關工作的對象.....	130
4.2.1 傳播媒介	130
4.2.2 有影響力人士	132
4.2.3 市民大眾	133

4.3	政府公關架構.....	134
4.3.1	布政司署新聞組	134
4.3.2	政府新聞處	135
4.3.3	政務總署	137
4.4	政府公關工作的策略.....	137
4.4.1	建立有效公關工作的基礎	137
4.4.2	幫助市民認識和解決問題	140
4.4.3	發掘和收集民意	140
4.4.4	推行公眾教育	141
4.4.5	應付突發事件	141
4.5	政府公共關係的運作.....	142
4.5.1	新聞稿	142
4.5.2	記者招待會	145
4.5.3	現場採訪	147
4.5.4	個別採訪	148
4.5.5	吹風會	149
4.5.6	宣傳運動	149
4.5.7	教育資訊	153
4.6	政府推行公關的優勢及困難.....	153
4.6.1	資源限制	154
4.6.2	使用傳媒的方便	154
4.6.3	官僚架構與心態的障礙	155
4.6.4	“官”與“民”對立的觀念	155
4.6.5	資訊開放與保密原則的矛盾	155
4.7	從事政府公關工作的條件.....	156