

教育部人文社会科学研究项目成果

学校发展 研究书系】

GONGZHONG SHIWU YU XINGXIANG
XUEXIAO GONGGONG GUANXI GUANLI DAOLUN

公众、事务与形象

学校公共关系管理导论

□ 张东娇 著

重庆大学出版社

教育部人文社会科学研究项目成果

学校发展研究书系】

GONGZHONG SHIWU YU XINGXIANG
XUEXIAO GONGGONG GUANXI GUANLI DAOLUN

公众、事务与形象

学校公共关系管理导论

□ 张东娇 著

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

公众、事务与形象:学校公共关系管理导论/张东娇
著. —重庆:重庆大学出版社,2005. 11
(学校发展研究书系)
ISBN 7-5624-3547-2

I. 公... II. 张... III. 学校管理—公共关系学—
研究 IV. G472

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 122853 号

**公众、事务与形象:
学校公共关系管理导论**

张东娇 著

责任编辑:雷少波 版式设计:周 晓
责任校对:任卓惠 责任印制:张 策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鸽盛

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆升光电力印务有限公司

*

开本:787×1092 1/16 印张:20.25 字数:352千

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

印数:1—4 000

ISBN 7-5624-3547-2 定价:29.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

**版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究**

总 序

二十多年来,我国教育管理学著作的出版大致有三个小高潮。第一个高潮是20世纪80年代初,据肖宗六先生统计,这个时期的著作有北京教育学院编写的《教育管理学》,太原教育学院的《中学管理》,黑龙江教育科学研究所的《学校管理学》,华东七省市教育学院的《学校管理学基础》,东北师大教育系的《普通学校管理学》,安徽的《中学管理》,辽宁教育学院的《学校管理学》,福建莆田地区教师进修学院的《学校领导与管理》,河南教育学院的《学校管理学》,广东教育学院的《学校管理》,以及齐亮祖的《普通学校管理学》和邓品珊等编著的《现代普通教育管理学》。这个时期的著作属于开创性的,基本以学校管理的实践为线索,结合实际阐述了学校管理各个领域的问题,它们的出版适应了这个时期教育事业恢复和发展的需要。第二个高潮出现在20世纪90年代初期和中期,相对于第一个时期,这个时期的著作更系统也更理论化了,主要著作有张济正和吴秀娟的《学校管理学导论》、肖宗六的《学校管理学》、陈孝彬的《教育管理学》、张复荃的《现代教育管理学》、刘文修的《教育管理学》、肖宗六和贺乐凡主编的《中国教育行政学》、安文铸的《现代教育管理学引论》、薛天祥的《高等教育管理学》以及黄云龙的《现代教育管理学》等。从书名就可以看出,前两个时期教育管理学著作主要是面向师范院校的教学,服务于校长培训需要,内容大致以大而全的教育管理总论或学校管理总论为主,内容框架大致相同,大多是这方面基础知识和技能的介绍。第二个时期的例外是在20世纪80年代末期出版的李小融和魏龙渝的《教学评价》和张玉田的《学校教育评价》,它们是对学校管理过程反馈环节的阐释。

20世纪90年代后期到目前为止,是教育管理学著作出版的第三个高潮时期。这个时期的著作除了部分延续前两个阶段的全面

性特点外,又出现了理论上深化和体系化(比如孙绵涛主编的《教育行政学概论》、李保强的《学校管理理论研究》、黄葳的《教育管理——概念与理论》、冯大鸣的《美、英、澳教育管理前沿图景》),以及内容体系的自由化(例如高洪源、刘淑兰主编的《庙算之道》)和少量内容上的分化(如孙玉洁的《中学班级管理理论与实务》、张楚廷的《校长学概论》、张新平的《教育行政组织的发展与创新》、季苹的《学校管理诊断》等)。对这种内容上分化或专门化起到推波助澜作用的是西方国家教育管理译丛的大量涌现,我们可以例举出重庆大学出版社“学校管理新趋向译丛”的《校长论》、《学校经营管理》、《学校与社区关系》和《教育人力资源管理》;华东师大出版社“影响力教育理论丛书”的《教育组织行为学》和《课堂管理技巧》;上海教育出版社“教育管理前沿译丛”的《领导合作型学校》和《以问题为本的学习在领导发展中的作用》;江苏教育出版社“教育科学精品教材译丛”的《教育管理——基于问题的方法》等。可惜的是,由国内学者撰写的细分性专著中,类似的具有独立研究性的作品尚不多见。

从上述回顾大致能够得出的一个结论:我国教育管理著作出版中内容上的主题分化还不够,整体性的“宏大叙事”过多,而深入开掘的专题论著稀少,从而也就导致出版物总体上缺少特色。近年来,国内的许多学者都公开对教育管理理论研究进行过反思,多数人都提到只有进行研究方法的改进——特别是推进科学的实证研究——才能提高我国教育管理研究的水平,这是对的。但同时不能回避的一个问题是,必须倡导研究领域的细分,才能深化教育管理问题的研究,才能出新的、有深度的成果。因为有了细分,才能使研究者“学术有专攻”,“专攻”会促进一个或一群学者生成领域感、成就感和使命感,有利于形成在特点问题上的学术流派,深化对某一领域的认识。

形成这个问题的原因是多方面的,解决的途径也应当是多样的。其中一条就是师范院校(包括各级教育学院)和出版界要形成对教育管理出版物向个性化发展的共识,探寻这种发展的机制。比如,师范院校和教育学院的教育管理专业课程体系应当进一步分化和深化,这样有利于改变知识的老化、浅表化和过分理论化的毛病,而课程改造的过程就是新著作的诞生过程。出版界则应当统筹兼顾学术效益和经济效益,多与学术界沟通 and 交流,发现和策划新的学术著作生长点,鼓励和支持有个性的、有价值的教育管理专著的出版。经验表明,以丛书形式出版教育管理学术著作是一种“双赢”的好模式,一套策划对路的学术著作中,总会有几本有学术声誉、有市场的好书出现。

本丛书的出版就是上述认识的一种尝试。由于作者的学术经历不同,所关注问题的侧重点有较大差异,所以写作的风格存在不小差别。但是这些著作的产生有一个共同点,就是各位作者分别在相应的领域中进行了数年研究,而且有志于在这个领域继续进行深度耕耘。正是出于这一点,希望读了这套丛书的读者们尖锐地对其中存在的问题进行猛烈的批评(当然,对“猛烈”的表扬也来者不拒)和争论,我们将把所有的批评看做促进我们的小“baby”健康生长的阳光和雨露。

高洪源

2005年4月于北师大

目 录

导论:学校处于公共关系管理时代	1
公共关系管理时代来临	2
美国学校公共关系理论与实践述评	12
中国学校公共关系管理的现状与问题	14
学校公共关系需要管理	21
本书研究与写作的原则和思路	24
本章小结	26
1 学校公共关系及其管理	28
公共关系及其本质	29
管理角度的公共关系定义	33
学校公共关系	41
学校公共关系管理与模式	46
学校公共关系管理的理论预设	54
本章小结	56
2 学校公共关系管理过程	57
调查研究	58
制定目标	64
实施传播	67
结果评估	77
案例评析	85
本章小结	96
3 学校公共关系管理基础	98
学校公共关系调查研究方法与技术	99
学校沟通媒介	114
学校公共关系礼仪	118
学校公共关系信息管理	123
本章小结	125

4 学校内部公众关系管理	126
校长人际领导的使命	131
学校行政管理者与教师	134
教师间的关系管理	139
学校与学生的沟通	143
教师与学生的沟通	149
本章小结	165
5 学校外部公众关系管理	166
学校与学生家长	169
学校与社区	178
学校与特殊公众	190
学校与政府的关系	199
学校与媒体的合作	205
学校的国际公共关系	210
本章小结	211
6 学校公共关系专题管理	212
学校专题活动类型	214
学校内部专题管理	215
学校外部专题管理	226
本章小结	242
7 学校问题—机遇与危机公共关系管理	243
学校问题管理	245
学校机遇管理	252
学校危机管理	255
本章小结	267
8 学校形象管理	268
学校形象	271
学校形象定位管理	282
差异化——学校形象的维持与提升策略	293
本章小结	298
结语 中国学校的公关之路	300
中国文化特性	301
中国式的领导与管理行为	304
中国学校的公关之路	307
本章小结	310
参考文献	311
后 记	317

导论：学校处于公共关系管理时代

关系是一切的基石。为正确的理由做正确的事。

公关圣经之一——马克·桑布恩*

导论部分的内容有四：①阐述了公共关系管理时代的来临，环境和现实挑战学校的生存和发展，挑战学校管理理念和模式；立足中国中小学公共关系开展现状总结并提出问题。②对西方学校公共关系的理论研究与实践探索的特点进行总结和分析。③交代了研究的方法论和研究内容。④粗框架地提出公共关系管理建议。

* 马克·桑布恩在国际上以“杰出的激励演说大师”著称。《展示》杂志把他评为全球“五位金麦克风大师”之一。他是美国桑布恩联合公司的总裁，这是一家致力于在商务和生活中培养领导人才的创意实验室。马克·桑布恩是《团队建设：让团队工作行之有效》《桑布恩的成功之道》等9本畅销书的作者或合著者。

公共关系是人类社会发展进步的产物。作为一种客观现象,它历史悠久,但作为一门学科却是近代市场经济、民主政治和传播技术等发展的结果,至今仅百年的历史。现代公共关系发源于19世纪中叶至20世纪初期的美国,被称为“美国现象”。1906年,艾维·李(Ivy Lee)的《原则宣言》标志着公共关系进入科学发展时期。1923年,爱德华·伯内斯(Edward Bernays)在第一部公共关系著作中运用了“公共关系顾问”这一术语。1947年,美国公共关系学会(PRSA)成立。1952年,斯科特·M·卡特李普和艾伦·H·森特(Scott M. Cutlip & Allen H. Center)出版了《有效的公共关系》一书,标志着公共关系学科的建立。

公共关系管理时代来临

公共关系的产生是现代社会的产物。20世纪80年代以前,公共关系理论还未引入中国。在计划经济框架里,政府整体调节社会行为,各个组织不需要关注自己的公众形象(这里的“公众”是指组织除政府以外的其他社会公众)和公众对自己的态度,认为公众认知和态度对于组织的生存与发展无关紧要。社会因此形成了闭塞的意识和屏蔽多元价值的心态——“公共关系”成为一个庸俗而阴暗的词汇。公共关系无论就其在美国的产生来说,还是被中国的引进而言,都是政治多元化、经济市场化和媒介现代化的产物。

市场经济是公共关系赖以产生的经济条件。市场经济是一种以市场机制为基础和主导的配置社会资源的经济运行形态,是商品经济的高级形态。和自然经济相比,生产的目的是交换和追求价值;生产组织以大工厂为基本单位,经济关系与伦常关系彻底分离。这种存在方式和交往方式超越了伦理道德所能够调整的范围,迫使人们必须去寻求用以调整人与人之间平等交往的社会关系手段。

民主政治为公共关系提供了适宜的政治空间。科学技术特别是通讯传播手段的进步为公共关系提供了必要的物质手段、载体和途径。以人为本的管理观念的确立,为公共关系的理论研究和实践探索营造了良好的文化心理环境。以丰富的人性反对冷酷的理性成为时代浪潮。以和谐、柔化人与人交往和美化形象为特征的公共关系,受到社会的普遍关注。这种关注既和当代的管理理念和实践密切相关,又和当下时代的管理趋势吻合,而且公共关系是以直接的管理职能的面目出现的。

现代管理新趋势

管理环境的变化

管理环境变化的趋势是从简单到复杂。经济一体化、政治多极化、文化多元化,带来多边合作的国际关系和竞争格局;巨量的信息与广泛的传播、快捷的通讯使人类的信息交流更加便捷,这些都使今天的组织处于日益复杂和多变的生存环境之中。“不确定性更加突出,人成为第一位的因素,人们之间的联系更紧密,社会资本变得越来越重要,人内心渴望更有意义的生活”(詹姆斯·库泽斯,巴里·波斯纳,2004,前言 p. 5)。

管理思维的转化

管理环境的变化导致管理理念的变化。

在新型的管理理念中,“人、财、物、象”是一个组织四大重要的支撑性资源。人才是组织的第一资源,知识资本是组织的重要资本形态,信誉是组织生存与发展的生命线,“形象”问题在近年来日益受到重视,形象资本被看作是组织的第四资源。“人、财、物、象”成为组织重要而突出的管理对象。其中,组织成员关系的管理和组织形象的管理属于公共关系职能(公共关系的职能也包括组织与内部公众关系的管理)。菲利普·莱斯礼(Philip Lesly)(2004, p. 5)在《公关圣经》中提出这样的卓见:“20 世纪前三分之三的主角是发明,中间三分之一则是管理,而后面三分之一则是情绪——决定社会各种功能运作的人类态度。公关所处理的即是人类的态度——感受其转变、调整之、引导之”。

管理方式的变革

管理理念、对象的变化势必导致管理方式的变化。

从绝对刚性成分为主过渡到增加柔性成分比例。在简单的抽象逻辑上,冯周卓(2003, p. 5)对比了刚性管理与柔性管理两种方式,二者区别见表 A-1:

从表 A-1 中可以看出,管理方式的变化趋势是从刚性管理向柔性管理过渡。周祖城(1999, p. 13)用“管理伦理化和伦理管理化”来概括当代这种管理方式上所发生的质的变化:“从以权力所有者为中心到关注利益的诸多相关者;从‘手段人’到‘目的人’;从管理者与被管理者的利益对立到权益兼得;从注重目标、战略、结构、制度到强调组织的价值观;从玩弄技巧到注重管理道德修养等。”

表 A-1 刚性管理与柔性管理比较

刚性管理	柔性管理
将权力集中在自己手中	授权
通过管理渠道发布信息	人际沟通
强调对成员严加管束	引导成员自我管理
以自上而下的层次控制	实行扁平结构的弹性管理
容易接受现状	敢于挑战现状
平稳控制	管理创新
管理风格不容易变化	管理风格具有可塑性和应变功能
只重视成员招聘时的现有能力,缺乏组织学习观念	有强烈学习欲望,重视培养组织的学习能力
只要求对成员的工作管理,认为生涯发展是成员自己的事情	既管理成员的工作,又关心成员的生涯发展,做成员的指导人
认为人工作就是为了追求经济利益,重视物质激励	突出成员在组织中的主体作用,以远景激励和释放成员的积极性和创造力
强调高层领导统管,部门分工,各自负责	提倡无边界管理,按市场需要灵活组建团队
强调组织机构的稳定性,注重成员的专一技术	适时调整组织机构,倡导成员一专多能,使组织形成一种能够适应市场复杂多变的“快速反应能力”

在这样的管理新趋势下,“人”、“组织形象”、“关系”等概念突出了——所有有效的组织都建立和维护那些对其生存和发展至关重要的“关系”。了解组织及其成员的认知和态度已成为现代管理最重要的课题。如何处理和引导人们的认知与态度,并赢得良好的组织声誉和形象等都是公共关系的工作领域和职能范围——公共关系已经成为任何成功组织及其管理中不可或缺的一部分。任何学校都无法离开公共关系,这是不以人的意志为转移的。它是一个已然的存在,哪怕你轻视它或对它视而不见——管理发展的新概念、新趋势挑战学校当下的管理模式。其具体形势将在第二个大问题中分析。

公共关系阶段的演进

公共关系发源于美国。具有现代意义的公共关系活动的出现有两个历史源头:一个源头可追溯到北美殖民地人民反对君主专制的斗争时期,领袖

们利用报纸、传单、集会等呼吁独立的主张;另一个源头是 19 世纪 30 年代,企业界利用报纸进行的新闻广告宣传活 动。一百年间,现代公共关系的发展经历了四个明显的阶段,每个阶段都有自己的特点和做出贡献的代表人物。根据公共关系主体、客体和媒介特征的区别,不同的历史发展阶段又有不同的称谓。

公共关系在美国

(1)第一阶段:公共关系的孕育期。公共关系的孕育期主要是指 19 世纪 30 年代,地点是在美国。对公共关系的这一时期有多种称谓——从客体地位来考虑,它是“愚弄公众”时期;从缺少伦理的角度衡量,它是“公众该死的”时期;从媒介使用来说,它是“新闻业务代理”时期;从代表人物来说,它是“巴纳姆(Phoness T. Banum)时期”;从公共关系的活动和状态来说,它是“有实践没理论”的时期。这个时期的典型口号是:“我们的优势有多大,我们的喇叭就必须吹得有多响。”(格伦·布鲁姆,艾伦·森特等,2002, p. 93)这一点仍然被今天的公共关系理论和操持者们奉为经典。

这一时期开展公共关系活动的特点是:①以报刊的大肆宣传活动为手段,滥用大众传播手段,不考虑公众的利益。当时的美国铁路大王居然目中无人地叫喊:“让公众见鬼去吧!”②制造新闻和神话美化自己,欺骗公众,完全没有职业道德的规范和顾忌。这与那个时代商人对公众敲骨吸髓的普遍态度是分不开的。一位新闻代理人直言不讳:“我们堕落到了任何事情都做的地步,但是,我们的材料得以见报。”③其工作范围不仅包括了政治领域和思想宣传领域,也扩展到经济领域。这一时期利用公共关系的组织主要是政治组织和企业。

报刊宣传员费尼斯·巴纳姆是这一时期的主要代表人物。巴纳姆的工作信条就是:“凡宣传皆好事”,他是公共关系孕育期的传奇人物。“巴纳姆善于表演的能力,不仅明显表现在他具有精明的天性,使他能够做到大众想得到什么他就给什么,而且表现在他有能力使他们的去渴求他们认为他们应该需要的东西……每一个人都有自己心中的明星。巴纳姆心中的明星是感叹号。”(Irving Wallace, 1959)巴纳姆在前面引路,后面有许多人跟上来,新闻业务代理昌盛一时。巴纳姆对于公共关系从新闻业务代理中的萌芽做出了重要贡献,尽管初期的公共关系名声非常糟糕。

这一局面的转变发生在 20 世纪初期。公共关系以新闻代理为主要手段和特征,从自发阶段进入到自觉运用阶段。卡特李普说:“公共关系只有与冲突和社会变化相联系时才表现出意义。”(格伦·布鲁姆,艾伦·森特等,2002, p. 92)

(2)第二阶段:公共关系科学时期。科学的公共关系时期始于20世纪初期,这是一个人类刚刚结束了骑马的时代,它是公共关系理论和实践的奠基时期,也称“说真话时期”和“艾维·李时期”。公共关系开始了“有实践又有理论”的时期,爱德华·伯内斯(Edward L. Bernays)称之为“公众该被告知的”时代,这个时代开端于“揭发丑闻”运动。

这一时期公共关系的特点是:①尊重公众,说真话以赢得公众的理解和信任。记者艾维·李就是“说真话”公共关系思想的代表人物。②公共关系活动专业化。艾维·李在1903年成立了一家正式的公共关系事务所,承担组织委托的业务,协调各方面的关系。③成功运用公共关系原理处理一些重大事件,为公共关系赢得了良好的声誉和巨大的发展空间。由此,艾维·李被公共关系学界视为现代公共关系的“鼻祖”。他是第一个认识到新闻宣传如果没有得到组织良好的行为支持所产生的缺陷,只有10%的宣传没有90%的行动是不可以的。(格伦·布鲁姆,艾伦·森特等,2002,p.101)

(3)第三阶段:公共关系系统化时期。这一时期发生在20世纪20年代,被称为繁荣兴旺的20年代。伯内斯称其为“相互理解时期”(其实是单向理解)或者是“投公众所好”时期。这一阶段是公共关系理论和方法的系统化时期,也称“爱德华·伯内斯时期”。

爱德华·伯内斯的理论和实践建树,使这一时期的公共关系活动日益成熟,具有如下新的特点:①公共关系活动职业化和专业化,摆脱了对新闻界的从属。②公共关系运作程序、方法、技巧现代化:确定了公共关系活动从计划、反馈到重新评估等8个基本程序,使公共关系观念有了科学的含义,初步建立了现代公共关系的理论体系。③强调了舆论以及通过“投其所好”的方法和通过宣传引导公众舆论的重要,“投公众所好”是其公共关系思想的核心和立足点,主张获得公众谅解与合作应当成为公共关系的基本信条。④公共关系处于单向传播状态。

这一时期的主要代表人物爱德华·L·伯内斯成为20世纪20年代和艾维·李争夺声望和生意的人。他对公共关系发展的贡献是:1923年出版《舆论的结晶》,这是第一部公共关系著作,在这本著作中他创造了“公共关系咨询”这一术语;1923年他在纽约大学讲授公共关系课程时又开创了新的事业。在他生命的103年中,大多数时间发挥着作为作者、演讲者、倡导者和批评家的作用。这些贡献使《生活》杂志将他列入“20世纪100位最重要的美国人”的名单中。

此外,这一时期的代表人物还有阿瑟·W·佩奇(Arthur W. Page),他

被卡特李普称为开拓者中的顶峰人物,其贡献是提出了公共关系六项原则。* (格伦·布鲁姆,艾伦·森特等,2002,p. 109)

(4)第四阶段:公共关系发展新时期。公共关系在二战后进入繁荣发展时期,伯内斯称之为“相互调整时代”。这是公共关系发展的“双向对称”时期,也是公共关系理念和模式发展的历史新时期,斯科特·卡特李普是其卓越的代表人物。

新时期公共关系的特点就是“新”,表现为:

1)理念更新。用公共关系首先是一种职能代替其是一项具体工作的传统看法,主张以“开放系统论”代替以往的“封闭系统论”——要求以开放系统的思想方法去分析公共关系;以“双向对称”的理论模式去规划公共关系——即组织与公众关系的维持与改变是建立在产出—反馈—调整各环节相互作用的基础上的。

2)模式更新。在这种模式中,公共关系具有潜在的、能够发挥参谋或顾问作用的能力,可以对决策过程施加影响;这种潜在能力能够在危机时期产生控制局势的作用。作为对外环境的感应系统,公共关系还可以阻止潜在危机的发生。这一模式就是“双向对称”模式——沟通是双向的,信息交流改变着公共关系的双方。

3)双赢式。** 指一个组织和其相关团体发展成一种互惠互利的关系。新时期公共关系的目的是使组织与公众结成一种双向沟通 and 对称的和谐关系。在对环境进行有目的性的感应,预测环境变化的同时协调公众,实现组织与公众的共同利益。公共关系在卡特李普时期之所以获得崭新的面貌,是当时的社会日益走向多元化和多极化,以及各种社会矛盾又日趋缓和所致(菲利普·莱斯礼,2004,p. 40)。

4)公共关系管理问题突出。在公共关系的“相互调整时代”,公共关系理论和实践日益丰富,公共关系管理成为实践关注的焦点,成为公共关系理论探讨的核心问题。这一时期有代表性的理论主要有(李兵,2004,p. 27):

- 公共关系目标管理理论。该理论认为,公共关系都面临三个基本目标:领先目标——公共关系人员对公共关系项目实施结果的一种预测和估计;线性目标——公共关系人员按照组织所面临的问题,采用

* 六原则包括:告知真相;用行动来证明;倾听顾客的需求;为明天管理;须臾不离地实施公共关系;保持平静、耐心和良好的幽默感。

** 菲利普·莱斯礼指出,组织与不同团体公众关系的建立主要有三种方式和策略:独裁式——组织由其自身利益出发,引导团体该想些什么和做些什么;躲避式——以迂回的方式处理问题,尽量避免正面冲突;三是双赢式。

符合实际情况的方法进行公共关系活动;趋势目标——公共关系管理者根据已经取得的成果展望今后的组织所面临的公共关系状态。

- 公共关系管理阶段理论。哈纳(Hanna)和福特(Ford)提出了“五阶段论”——规定目标,构想几种有效的实施形式,挑选一种方案,对方案进行评估,最后方案形成。卡特利普和森特提出“四阶段论”的公共关系管理模式——寻找事实和反馈信息,提出公共关系计划项目,开展公共关系活动和进行信息传播,对公共关系活动效果进行评估。
- 公共关系计划管理。英国著名公共关系学者弗兰克林·杰弗金斯(Frank Jefkins)认为,公共关系计划必须注意四个法则:确定公共关系工作的目标,估计所花费的人力、时间和资金,选择成员和时机来实现项目,确定项目实施的可能性。

理论与实践的进步,无疑标志着公共关系相互理解时代的到来,在以美国为代表的西方形成了“双向对称”的公共关系传播模式。

公共关系在中国

(1)公共关系实践的发展。在中国,公共关系是舶来品,它的第一个落脚点是企业。1984年9月,我国第一家国有大型企业白云山制药厂设立了公共关系部门,每年拨出产值的1%作为“信誉投资”。此后,公共关系实践在企业迅速发展起来。具体来看,公共关系的实践可以分为三个发展阶段。

导入期。这一阶段主要指20世纪80年代初到80年代中期,是公共关系理念的传播导入时期。少数行业(如酒店业)和企业率先开始了公共关系的实践活动。大部分酒店的公共关系部门是按照比较严格的国际规范建立和运作的,涉及促销、企业形象设计、协调酒店的内外关系等方面。如1985年,广州中国大酒店在其周年庆典时,拍摄3000多名员工身穿制服构成巨大的“中”字照片的活动策划,就是中国公共关系策划的经典案例之一。

探索期。这一阶段是指20世纪80年代中期到90年代中期。1985年底,南京某高校外籍教师使用玉环热水器时中毒身亡,此后又有万家乐热水器的爆裂事件等,危机公共关系开始引起中国企业的关注。

这一时期,许多企业设立了公关部。由于公共关系实践前无公共关系理论的支撑,后无公共关系专业人员的操持,使这一时期的公共关系实践显得有些庸俗,“公关部”成为“接待部”的角色,或者以公共关系名义搞“庸俗关系”活动。于是,90年代初期,一些企业在困惑中撤销了公关部,但另一些成功的企业却在公共关系的帮助下脱颖而出。

1992年,在政府的直接策划下,“中国质量万里行”活动以及“名牌战略”活动得以大力宣传和推进;1993年,第八届全国人民代表大会常务委员

会第三次会议通过了我国第一个市场法规《反不正当竞争法》。这些都意味着市场法规和市场体系的逐步健全,对公共关系工作提出了更高的要求。1992年,CIS战略引入我国的企业,带来企业形象塑造工作的新思路。

发展期。这一阶段是指90年代中期以后。公共关系的专业化、职业化正在得到重视,但公共关系的实践水平有待于进一步提高:一方面是从从业人员的素质和专业水平需要进一步提高——从技术型向管理型角色的转变;另一方面是公共关系将与管理和营销紧密结合,从技术型传播沟通为主的公共关系将向公共关系管理方向发展。

(2)公共关系教育的发展。公共关系最初是以课程的形式进入学校的。1924年,美国学者伯内斯首先在纽约大学开设公共关系课程。20世纪80年代,美国已有300多所大学开设了公共关系专业课程。

1985年以后,我国许多大学也开设了公共关系课程。1985年,深圳市总工会举办国内第一个公共关系培训班;1985年6月,北京大学研究生院举办公共关系讲座;同年9月,深圳大学招收第一批公共关系大专班学员;1994年,国家教委批准中山大学传播系设立我国第一个公共关系本科专业;此后,中山大学、首都经济贸易大学、复旦大学等开始招收公共关系方向的硕士、博士研究生——标志着我国公共关系教育工作步入系统化和制度化教育阶段;1999年,国家劳动和社会保障部把公关员作为职业正式列入《中华人民共和国职业分类大典》,标志着中国公关业的职业化和专业化;2000年12月3日,首次公关员职业资格全国统一考试在全国24个省市进行。

(3)公共关系团体的发展。1986年12月,上海公共关系协会成立;1987年5月,中国公共关系协会在北京成立;1991年4月,中国国际公共关系协会在北京成立。迄今为止,中国大部分省、市、地区都已建立了相应的公共关系组织。

公共关系管理水平的阶段性特征

在了解了公共关系历史发展状况的基础上,本研究从管理角度总结公共关系发展水平的阶段性特征,考察其发展的阶梯和进步性。其总趋势是:公共关系客体的地位日益重要;媒介日益进步;公共关系之主客体的关系日益和谐;公共关系管理越来越人性化——公众的利益和态度越来越受到关注、考虑和维护。

公共关系理论在中国土地上已经落户了20年的光景,经过中国文化的洗礼,其中国式的实践也具有了本国文化的运作特点。就总体趋势而言,公共关系的理论和实务运作出现了整合化趋向,表现在如下几个方面(李道