

大学生文化素质教育丛书

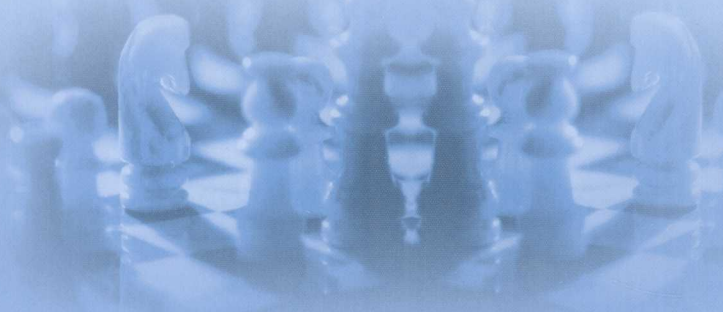


Y U N C H O U W E I W O X I N G D A D A O

运筹帷幄行大道

实用公共关系

丁乐飞 徐永森 主编



安徽大学出版社



安徽省十一五规划教材
大学生文化素质教育丛书

运筹帷幄行大道

——实用公共关系

安徽大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

运筹帷幄行大道——实用公共关系/丁乐飞,徐永森主编.
—合肥:安徽大学出版社,2009.8
(大学生文化素质教育丛书)
ISBN 978-7-81110-624-4
I.运... II.①丁... ②徐... III.公共关系学—青年读物
IV.C912.3-49
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 118827 号

大学生文化素质教育丛书

运筹帷幄行大道——实用公共关系

丁乐飞、徐永森 主编

出版发行 安徽大学出版社 (合肥市肥西路3号 邮编 230039)
印 刷 合肥芳翔印刷有限责任公司
联系电话 编辑室 0551-5108812 发行部 0551-5108397
电子信箱 ahdxcchps@mail.hf.ah.cn
开 本 710×1000 1/16
印 张 15.5
字 数 258 千
责任编辑 王先斌 马晓波
封面设计 孟献辉
版 次 2009年8月第1版
印 次 2009年8月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-81110-624-4
定 价 25.00 元

如有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换

《运筹帷幄行大道——实用公共关系》

编委会名单

顾 问 刘建明

主 编 丁乐飞 徐永森

副主编 阿迎萍 史贤华 杜 娟

编 委 (按姓氏笔画排序)

丁 晨	丁乐飞	王中强	史贤华
朱 坤	李 明	杜 娟	吴静波
阿迎萍	陈锦伦	张洪波	张振宁
张晓丽	秦元春	徐小平	徐永森

序

1995年,原国家教委在52所高等学校开展加强大学生文化素质教育的试点工作。1998年,教育部决定在全国高校建设“国家大学生文化素质教育基地”,大学生文化素质教育工作进入实施阶段。经过不断的摸索和实践,高校文化素质教育取得了突出的成绩,有力地促进了教育思想观念的转变,推动了高校人才培养模式的改革,为提高教育质量作出了重要贡献。

自1995年始,安徽大学面向全体学生开设公共选修课,将文化素质教育作为学校探索和实践“三基并重(扎实的基本理论,较强的基本技能,良好的基本素质),全面发展”人才培养模式的重要内容,予以统一规划和安排。1999年,经教育部批准,安徽大学作为国家大学生文化素质教育基地进行建设,2003年4月正式授牌。安徽大学还将大学生文化素质教育列为“211工程”子项目进行建设,先后建立了“爱国主义教育基地”、“农村改革教育基地”、“历史文化教育基地”、“自然环境教育基地”,并将“大学生素质拓展计划”的实施纳入“国家大学生文化素质教育基地”建设之中。近年来,“三基并重,全面发展”的人才培养模式的不断实施完善,“以人为本”的办学理念逐步确立,素质教育的积极开展,使广大学生综合素质得到显著提高。目前,安徽大学大学生文化素质教育已全面铺开并初步形成特色,共开设人文与科技公选课一百多门,开展了公选课、讲座、活动、社会实践等多种文化素质教育形式。

课程教学因较为稳定而全面成为文化素质教育的最重要的方式。它是大学整个课程体系中的一个相对独立的序列,是学校各本



科专业教学计划素质教育模块中的一项重要内容。它处于大学教育的基础性位置。安徽大学将文化素质教育课程列入教学计划,并规定8个学分的修课要求,还要求学生通过4个学分的综合素质考核(包括创新实践教学)。文化素质教育课程体系建设要注意规范化,把握好共性与个性的统一,协调好与其他课程的关系。

文化素质教育课程主要有以下特点:1.以人为本。专业教育重在育才,素质教育重在育人。文化素质教育课程应着力培养学生在对自然和社会探究中的人文关怀,使学生养成适应社会、服务社会的意志品质。2.通识教育。文化素质教育课程应建立在专业课程基础上,突出跨学科特征,强调不同学科的通识性道理。素质教育课程是基础课的基础,其教育对象是多学科的学生。3.可塑性。课程内容应明白易懂,易于教师展开,也便于学生接受和联想,使学生由感知而悟化。4.启发引导。不仅要在授课过程中启迪学生的思维,更主要的是使学生掌握一种灵活的学习方法,形成开放性的活跃思维,在课外能自觉自然地运用这种方法开展素质教育。可以鼓励学生超出课程内容进行学习和研究,以利于学生的创新能力、研究能力的培养。

要抓好教学队伍、教学大纲、教学方法与手段、教材等建设工作。特别要遴选一些备受学生欢迎、有助于提高大学生文化素养的课程作为精品课程加以建设。我校成立大学生文化素质教育丛书编委会,就是为了加强对大学生文化素质教育教材的规划、建设与出版工作。编委会做了大量的调查研究工作,拟订了编委会工作规程、丛书出版规划、丛书写作要求等。这项工作应作为学校大学生文化素质教育基地建设的一项重要内容。丛书的编写将以《面向21世纪教育振兴行动计划》和《中共中央、国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》为指导思想,结合素质教育课程的特点,努力编写和出版一批适合学生需要和为学生所喜爱的精品教材。教材的出版将使我校文化素质教育工作迈上一个新台阶,增进我校与其他高校文化素质教育方面的校际合作与交流。

黄德宽

2004年12月14日

目 录

序	1
第一章 中国公共关系	1
第一节 中国传统公共关系	1
第二节 中国现代公共关系的引进与传播	8
第二章 公共关系基本理论	24
第一节 公共关系本质的界定	24
第二节 公共关系的构建元素	30
第三节 公共关系职能	80
第三章 公共关系社会交往	88
第一节 公共关系社会交往概述	88
第二节 公共关系言语交往	90
第三节 公共关系文书交往	101
第四章 公共关系礼仪	107
第一节 公共关系礼仪概述	107
第二节 公共关系基本礼仪	110
第三节 公共关系主要礼节	115
第四节 东西方国家礼仪习俗	119



第五章 公共关系策划与活动	125
第一节 公共关系组织策划	125
第二节 公共关系宣传活动	134
第三节 公共关系专项活动	144
第四节 谈判公共关系	151
第五节 谋职公共关系	154
第六章 公共关系形象设计	161
第一节 公共关系形象	161
第二节 公共关系形象识别系统	167
第三节 公共关系形象设计的技术与手段	171
第七章 公共关系危机管理	183
第一节 危机概述	183
第二节 危机预防	189
第三节 危机公关处理	193
第八章 公共关系领域运用	200
第一节 企业公共关系	200
第二节 政府公共关系	205
第三节 事业单位公共关系	214
第四节 国际公共关系	217
第九章 公共关系案例	219
第一节 公共关系案例编写	219
第二节 公共关系案例阅读分析	220
第三节 典型公共关系案例点评	222
附 文 中国现代公关大事记	234
后 记	238

第一章 中国公共关系

第一节 中国传统公共关系

一、中国传统文化的公关思想

中国传统文化的公关思想十分丰富,许多思想在先秦就已产生,对现代公共关系的发展有一定的影响,成为从事公关工作应遵行的原则。

倡导仁爱。仁爱是儒家思想的核心,当学生樊迟问孔子“仁”的时候,孔子说“爱人”(《论语·颜渊》),孔子在把“仁”进一步具体化时,提出了“忠恕之道”。把“忠恕之道”作为实行“仁”的一条根本途径。他的学生曾参曾说“夫子之道,忠恕而已”,这是颇近孔子原意的。“忠”主要从纵剖面对人们提出规范;“恕”则主要从横剖面向人们提出要求。所谓“忠”,按照朱熹的解释是“尽己”,尽己为忠,尽自己的力量去做就是忠;所谓“恕”就是“推己”,推己为恕,把仁爱之心推广出去就是恕。按孔子的阐释是“己欲立而立人,己欲达而达人”(《论语·雍也》),“己所不欲,勿施于人”(《论语·卫灵公》),从积极和消极两个方面昭示人们自己想办到的事,也要帮助别人办到,自己不愿意接受的事,也不要强加于别人,要求人们无论是想问题还是办事情都要设身处地,将心比心,推己及人,为别人着想,不要视他人为仇敌,应视他人为朋友、亲人,要像爱自己一样地爱别人。只有人人和睦相处,个个仁爱待人,社会才会和谐。

孟子提出:“仁则荣,不仁则辱”(《孟子·公孙丑》)。“仁者无敌”(《孟子·梁惠王》)。“不仁而在高位,是播其恶于众也”(《孟子·离娄》)。“天子不仁,不保四海,诸侯不仁,不保社稷,卿大夫不仁,不保宗庙,士庶人不仁,不



保四体”(《孟子·离娄》)。“仁也者,人也”(《孟子·尽心》)。在孔孟看来,仁者爱人,是人际交往应遵循的道德原则。

宋儒也十分注重仁爱精神。张载说其治学宗旨是“为天地立心,为生民立命,为往圣继绝学,为万世开太平”。又说“民吾同胞,物吾与也”,“以爱己之心爱人,则尽仁”。二程说“仁者,浑然与物同体”,朱熹把伦理规范提升至哲学本体高度,说“理中三纲之致大者有四,故命之曰仁、义、礼、智”,使伦理道德更具神圣性和至上性。

这种仁爱思想与现代公关以声誉、信誉观念塑造形象意识无疑有相通之处。

奉行诚信。《易经·乾文言》曰:“龙德而中正者也。庸言之信,庸行之谨,闲邪存其诚,善世而不伐,德博而化。”又云:“君子进德修业,忠信,所以进德也。修辞立其诚,所以居业也。知至至之,可与几,知终终之,可与存义也。”(《周易·文言传》)“人之所助者,信也。”《礼记》中说“不宝金玉,而忠信以为宝”,均将诚信视为做人的重要道德标准之一。高扬诚信也是孔孟思想的重要内容,孔子主张“恭则不侮,宽则得众,信则人任焉,敏则有功,惠则足以使人”(《论语·阳货》)。将诚信视为做人的重要道德标准之一。强调“言而有信”(《论语·学而》),“民无信不立”(《论语·颜渊》),“人而无信,不知其可也”(《论语·为政》)。孟子提出“诚者,天之道也,思诚者,人之道也”(《孟子·离娄》),“言语必信”(《孟子·尽心》)。战国时期的大思想家荀子十分强调言行一致,说“口能言之,身能行之,国宝也。口言善,身行恶,国妖也。治国者敬其宝,爱其器,任其用,除其妖”(《荀子·大略》)。把能言善行者视为国宝,言善行恶者视为国妖,只有言行一致,言必行、行必正、行必果,才能干出一番事业,那种当面说一套背后做一套的人是伪君子,当面说好话背后做坏事的人只会把事情做坏。秦国商鞅在实施变法时,为了取信于民,在都城咸阳城门立柱一根,同时张贴通告,称扛走者赏五十金并欣然兑现,从而树立了政府的威信。宋朝王安石赞之曰:“自古驱民在信诚,一言为重百金轻,今人未可非商鞅,商鞅能令政必行。”中国历史上开明君主和政治家无不重视“取信于民”的重要性。这种重视信用的思想与现代公关中的理解、信任以贯彻长远的方针也是相通的。

倾听民声。中国古代一些有作为的政治家和思想家十分重视人际间的传播与沟通,把倾听民众的声音和建议作为调整和改进治国方略的重要渠道。《尚书·尧典》中有这样的记载:“帝曰:兪,朕疾谗说殄行,震惊朕师,命



汝作纳言，夙夜出纳朕命，惟允。”文中的“帝”乃指舜，意思是：舜说，尤，我痛恨说坏话和做坏事，这会惊扰我的百姓，命令你去做纳言官，早晚发布我的命令，收集对我的意见，一定要认真公正。这里强调的是收集信息、倾听民声之重要。春秋时期子产“不毁乡校”是人们极为称道的公关思想。据《左传·襄公三十一年》记载，郑国民众常聚于乡校议论时政，甚至说一些对现政不满之事。因此有人提出要毁（查封）乡校，而时任郑相的子产极力主张保留，并说可根据民众议论的情况，“其所善者，吾则行之，其所恶者，吾则改之。是吾师也，若之何毁也？”唐太宗李世民非常重视“任贤纳谏”，派遣官员深入民间，了解民众疾苦和政教得失。大臣魏徵向太宗谏言：“人君兼听纳下，则贵臣不得壅蔽，而下情必得上通也。”《君道》深得太宗赏识。明清时期的黄宗羲提出设置学校以监视朝政的主张，在他看来，学校的作用不仅在于培养和教育人才，还是制造舆论、议论朝政、判断是非的中心，从而使得中央和各级地方政府在施政时更多了解民情下意。这种重视公众并以公众的反映来调整政府施政行为的措施，与现代公关中的双向沟通思想是一致的。

争取民心。争取民心，求得民众的支持也是中国古代君主帝王常用的手法。如《尚书》中的《汤誓》篇和《盘庚》篇就有这样的记载。《汤誓》篇是商汤在伐夏桀时在军前的誓言，其目的在于鼓舞士气，争取军心。《盘庚》篇是盘庚为了动员迁都至河南安阳而发表的三次演说，说明了迁都的重要，迁都后的有利形势，以争取人民的支持。晋国为了有效管理国家将刑法具体条款铸于鼎上，公之于众，周告国内。《孟子·离娄》提出：“桀纣之失天下也，失其民也，失其民者，失其心也，得天下有道，得其民，斯得天下矣。”显示了其“得民心者得天下”的民本思想。刘邦破秦之后进咸阳即发表《入关告谕》，约法三章。告示一出，民心大悦，争持牛羊酒食拥军，刘邦推辞不受，说“仓粟多，不欲费民”，民众更为欣喜，唯恐沛公不为秦王。这些都说明政府在采取重大政治和军事活动之前，先传播信息，沟通公众，既宣传了自己的政治主张，又争取了公众的理解、支持，以利于活动取得成功。战国时，冯谖自荐替孟尝君到孟的家乡去收债，并承诺用收来的钱买回孟尝君所缺少之物。但冯谖到那里后，却把债务全部免去了，回来告知孟尝君，说替孟尝君买来了民心，当时孟尝君不以为然，后来孟尝君被罢官回家乡时，家乡人民纷纷出来迎接他，使孟尝君懂得了民心之重要；曹操为笼络人心，当其坐骑踏入农田之后，割发代首；朱元璋为表示与民众同甘共苦，减膳食素；农民起义领袖李自成，为了争取人民的拥护，四处张贴诸如“吃他娘，穿他娘，开大门，迎闯王，闯王来了不



纳粮”的标语、口号,从而赢得民众的拥护、支持。这些与现代公关中要处理好与公众关系的主张何其相似。

光大人和。孔子说过“和为贵”(《论语·学而》),“四海之内皆兄弟”(《论语·颜渊》),孟子说“天时不如地利,地利不如人和”,俗语说的“和气生财”,“两和皆友,两斗皆仇”等等,无不是说明建立和谐的人际关系的重要性,一些开明君主主张与邻邦异国讲和修睦,汉代的王昭君出塞,唐代的公主使藩,其目的都是谋求和谐的社会环境。这种强调人和的思想和实践与现代公关中“内求团结,外求发展”的思想有着一致性。

注重礼仪。中华民族历来以礼仪之邦著称于世。《礼记》中说:“夫礼者,所以定亲疏、决嫌疑、别同异、明是非也。”也就是说,礼是用来确定人际关系的亲疏、解决疑虑难明、分别同异、明辨正误的。又说:“礼之于正国也,犹衡之于轻重也,绳墨之于曲直也,规矩之于方圆也。”“故坏国丧家之人,必先去其礼。”可见礼对齐家治国何等重要。孔子主张:“为国以礼”(《论语·先进》),“恭而无礼则劳,慎而无礼则戇,勇而无礼则乱,直而无礼则绞”(《论语·泰伯》)。孟子说“无礼义则上下乱”(《孟子·尽心》),“恭敬之心,礼也”(《孟子·告子》)。荀子认为,“在人者莫明于礼义”(《荀子·天论》),“人如无礼则不生,事如无礼则不成,国如无礼则不宁”(《荀子·修身》)。这些与现代公关礼仪不无相似之处。

益己利人。如何正确处理“利”,是中国古代思想家和政治家十分重视的问题。先秦儒家主张重义轻利,先义后利,以义制利,反对唯利是图,私利至上。孔子说过,“因民之所利而利之”(《论语·尧曰》),告诫人们不能无视人民和他人利益,《尚书·盘庚中》说“厥攸视,民利用迁”,主张盘庚应以民众是否获利作为是否迁殷的条件。墨子提倡“兼相爱”、“交相利”,认为“天下兼相爱则治,交相恶则乱”,要天下人“有力者疾以助人,有财者勉以分人,有道者劝以教人”,“视人之国若视其国,视人之家若视其家,视人之身若视其身”,因为“爱人者,人必从而爱之,利人者,人必从而利之”,人与人之间,组织与组织之间,国家与国家之间要互利互惠,平等交往,不能相互损害。商贾们倡导“公平交易,童叟无欺”也是互利互惠思想的朴素表白。互惠互利是现代公共关系的重要原则。

中国古代的公关实践活动也十分丰富,如原始社会部落联盟的首领们遇有重大事务进行决策时,要“召四岳”,即召开部落首脑会议,沟通信息,协调关系,统一认识。大禹为了治水“合诸侯于涂山”,通过会议使大多数部落首



领认识到治水是各部落的共同利益,得到了一致支持。大禹治水的成功,显示了公关的巨大成绩。中国古代军事上成功的公关事例莫过于纵横之争。战国时期,苏秦主张弱国联合共同对付强国,他到处游说,宣传自己的“合纵”主张,使当时的赵、齐、燕、楚、韩、魏六国结成同盟。而张仪则与苏秦针锋相对,凭借自己的辩才,宣传“连横”说,对东方六国采取各个击破的策略,瓦解了六国的同盟,宣传弱国只有追随秦国才能确保自身的安全。苏秦、张仪从事的“国际间”的游说、宣传、劝服和沟通工作,不愧为古代策划游说的典范。古典名著《三国演义》中刘备三顾茅庐,礼贤下士,请出诸葛亮为其提出兴国安邦、治理天下的“隆中对”,进而实施南抚彝、越的战略思想,采用攻心为上的谋略,对孟获七擒七纵,终于使孟获深受感动,诚心归服,从而稳定了一方局势。又如张骞出使西域、玄奘西天求经、郑和远下西洋都带有明显的国际公关色彩。

二、中国历代重要的关系沟通交往活动

中国古代公共关系不仅思想理念、关系哲理十分丰富,而且社会实践活动也很活跃,其典型的事件不亚于古希腊和古罗马。这些活动最早的比古希腊和古罗马早几百年,而且几千年延续不断,有不少案例至今仍有借鉴和启迪作用。中国历代重要的公共关系实践案例,可以择其几件略说如下:

(一)战国游说成风

春秋战国策士游说兴起。当时周王朝衰落,各诸侯国相互倾轧,战争连年。一些有识之士利用自己的智慧和劝服的优势,穿梭于各国之间,游说献策,如《战国策·秦策》所载:当时周室衰微,群雄并峙,倾轧兼并,战争不断,关系纵横,外交穿梭,阴谋诡计,局面错综复杂。各诸侯为保存和壮大自己,大量启用策士进行游说,论辩成风,造成战国时期崇尚策士、辩士,积极倡导游说活动的历史风尚。各国策士利用自己的观点主张以及演说的口才,四处游说。他们或道明势,因人而发,如商鞅说服秦王改革;或辩是非,解疑难,攻心动情,如触轳说赵太后;或寓理于物,巧喻显理,如邹忌谏齐王时的比美等。其中最典型、影响最大的游说活动,就是闻名古今的纵横之争。战国时期的游说活动遍及诸侯各国,涉及政治改革、经济发展、军事战争等,促进了诸侯国内的上下沟通,处理了各诸侯国之间的争斗关系,从思想上、心理上、感情上、策略上,加强了政权建设。战国游说开了言论自由的先河,扬了民主政治的风气,许多游说的策略技巧,值得现代公共关系借鉴。



(二)纵横之争

策士游说最具代表性、影响中外的大事件是纵横之争。所谓纵横之争，一般指的是弱国联合进攻强国，称为合纵；随从强国进攻弱国，称为连横。当时各诸侯国都有一些人专门从事这种合纵连横的政治性、外交性原始公共关系活动，史称这些人为纵横家。其主要代表有鬼谷子、公孙衍、张仪、苏秦等人。他们从各自代表的诸侯国利益出发，在诸侯国之间纵横捭阖，运用“奇策”、“辩术”、“说辞”等手段游说各国诸侯。纵横之争的重要人物有：1. 苏秦（生卒年不详），战国时期纵横家，字季子，洛阳（今河南洛阳东）人。为燕昭王亲信之士，受命入齐施反间术，后相齐愍王。他大力推行合纵，联合五国迫使强秦取消称帝。后燕将乐毅攻齐，苏秦败露，被车裂死。其活动在实质上属于公共关系范畴。2. 张仪（？—前310），战国时期纵横家，魏国人。秦惠文王九年（前329）入秦。次年任秦相。封武信君。执政期间推行连横，远交近攻，游说各国服从秦国，瓦解齐楚联盟，夺取楚汉中地。他从事的活动具有明显的公共关系性质。

(三)和亲政策

中国古代历史上多次用和亲政策缓和危机，与边疆各民族和睦相处，避免战争，发展和平友好关系和促进农牧业及宗教的交流与发展，其中汉匈和亲、汉藏和亲影响最大。公元209年，北部匈奴单于拥兵数十万，其势力东起辽河，西至葱岭，南至长城，北至贝加尔湖，严重威胁汉王朝政权。面对北方严峻的形势，汉统治者采取多种策略，其中重要的一条就是和亲政策。汉初国力有限，无力抗衡匈奴，便以和亲、和睦的缓和政策修好匈奴。汉将公主嫁给匈奴王，以联姻表示友好与信任，同时赠送大批金帛、米、酒、工艺品，笼络匈奴。又开放边境市场，允许匈奴人来汉地做生意，交换物资产品，增进人民的交往。最终实现平等相待、友好相处的局面，划定了边界，汉匈互不侵扰。历史上汉公主进藏，汉藏和亲更是被传为佳话，不仅和睦了汉藏关系，而且将中原的文化艺术、农耕及工商业的先进技术传至西藏，既促进了宗教思想的交流，又促进了经济文化的发展。

(四)丝绸之路

丝绸之路是中国古代沟通西域的国际关系之路、商贸之路和东西文化交流之路。丝绸之路始于汉代，最早由张骞奉汉武帝之命出使西域开创。张骞两次出使，历尽千辛万苦，先后到达大宛、康居、大月氏、乌孙等中亚国家，发展与这些国家的友好往来，树立了汉王朝的形象，由此也开通了去西域的商贸、文化交流之路。东汉时期，汉明帝又命班超出使西域，联络疏勒、康居、



于阗等国,重开丝绸之路。汉代开通的西域之路,从长安经河西走廊,至玉门关,再分两道:南道沿阿尔金山至伊循、于阗,至大月氏、安息;北道出玉门关,经白龙滩、吐鲁番,至大宛、康居。通过这两条通道,一方面发展了中国与西域各国的友好往来,另一方面发展了商贸和文化交流。中国的丝绸、漆器、铜器等源源运往西域各国,而遥远的中亚人、阿拉伯人、希腊人、罗马人以及波斯商人、印度商人则把他们的金银玉器及特产也返运中国。再加上随之而来的文化艺术与宗教的交流,使丝绸之路成为闻名于世的中亚友谊之路、商贸之路、文明之路。这也是一次空前的国际交往与大沟通,其政治、经济、文化意义被世界公认。

(五)唐代中西文化交流

继汉代陆上丝绸之路开通之后,中国与西域各国的文化、经贸交流得到不断加强与发展,到唐太宗“贞观之治”的盛唐时代,唐代不仅政权稳固、军力强大,而且经济发展、文化繁荣,一派灿烂的盛世景象。唐代统治者不仅安了内,而且对外开放,与周边 70 余国建立良好关系。中国的丝绸、陶瓷等精品,通过陆路与海路,远销南亚、西亚、中亚、东亚,乃至北非及欧洲。南亚的佛学、文学,中亚的音乐、舞蹈、服饰,西亚的建筑,阿拉伯的炼丹术、计数法等被大量引进中国。中西文化交流中影响最深的是宗教。唐以前法显到印度巡礼。唐初玄奘巡礼中印度 30 余国,带回大量经典。其后取经之人往来不断。这样就确定了佛教在中国的正宗地位,对后世影响深远。唐代推行的国际开放政策,一方面向世界各国传播了中国文化,另一方面又大量兼收外来文化精华,最终创造了举世闻名的唐文化。

(六)海上陶瓷之路与郑和下西洋

随着陆上丝绸之路的开通与繁荣,从唐代起特别是五代和宋元时期,海上陶瓷之路得到发展,南方的广州、泉州、明州已成为对外开放的商港和造船基地。13、14 世纪具有先进航海技术的中国船队往返印度洋,把中国的瓷器、丝绸等远销东南亚、南亚及东非各国,国外的香料等特产也运进中国。中国与众多的国家通过海路建立了良好的国际关系。到了明代,航海达到顶峰,最具代表性的就是郑和率领庞大的船队从 1405 年至 1433 年七下西洋。第一次有 200 多艘船,27000 余人,至第七次,历时 30 年,满载大量的货物访遍“南洋”、印度洋、波斯湾各国,创造了世界航海史上的奇迹。郑和下西洋不仅显示了明代的强盛国力和高超的航海技术,而且大量交易中国和外国瓷器、香料等各种特产,促进了各国间的友好合作。这是一次永载史册的“国际公



关”事业,树立了中国的和平大国形象。

第二节 中国现代公共关系的引进与传播

一、现代公共关系在美国的形成与传播

现代公共关系形成于 19 世纪末 20 世纪初的美国,之后犹如雨后春笋般在世界各地迅速传播、发展。

(一)现代公共关系形成与传播的社会条件

1. 经济条件

商品经济的高速发展是现代公共关系产生的根本性前提。商品经济以社会化生产、社会化交换为其重要特征。市场需求、消费者心理、公众态度成为影响一个企业生存与发展的重要因素。企业开始面向公众,他们通过各种渠道寻求公众的了解、信任与支持,为企业获得更大的发展与实际利益。公共关系的作用与意义已被企业家和公众所认识,逐渐成为加强经济管理与沟通各种关系的法宝。

2. 政治条件

民主政治的高度发展为现代公关提供了政治条件。政府需要民众的支持,民众的意见与要求已成为政府制定政策的重要依据,而政府颁布的方针、政策又必须让广大民众了解。因此,必须努力通过传播媒介来促进双边沟通及对话交流。“自由”、“平等”、“法制”、“参政”、“普选制”等民主政治体制,在客观上促进了人们主体意识的觉醒,彼此了解、相互依赖、互惠互利、真诚合作的社会风尚形成。所以,社会政治生活的民主化,是现代公共关系赖以产生和发展的重要条件和根本保障。

3. 技术条件

传播技术的高度发展是现代公共关系兴起的物质技术基础。在资本主义大工业时代,日益精细的社会化分工,使组织之间、公众之间的纵横交错的联系与相互沟通日趋加强,科学技术的进步使人们的传播沟通成为可能。交通的发达、通讯传播技巧的迅速发展,为现代公共关系创造了优越的条件;印刷术的提高使报刊媒介遍及千家万户;电子技术的不断进步,带来了广播、电



话、电影、电视等电子传播媒介的普及；空间技术的进步和计算机的应用，带来了地区乃至全球信息网络的形成。伴随着传播媒介的多样化、传播技术的现代化和信息传播的高速化，公关活动更是如虎添翼，日益显示出它促进社会进步的神奇力量。

4. 文化心理条件

20 世纪初期，科学技术的进步和生产力的高度发展，使得劳动开始从体力密集型向智能密集型转化，这迫使企业主不得不考虑公众和员工的态度和心理因素，从而最大限度地调动他们的生产积极性。在管理中注重人性、注重个人的文化观念迅速获得人们的认同。这种尊重人性的、尊重个人感情和尊严的、人文的、开放的文化，正是公共关系得以滋生及成长的土壤。

(二) 现代公共关系形成的几个关键时期

1. 概念的提出

首次提出“公共关系”概念的是美国律师、文官制度的倡导者多尔曼·伊顿。1882 年，他在耶鲁大学毕业班作了一次题为“公共关系与律师职业的责任”的演讲，并将“公共关系”解释为“大众利益”，在当时引起了较大的反响。

“公共关系学”一词最早提出于 1897 年的美国铁路协会的《铁路文献年鉴》中。

2. 几个关键时期

现代公共关系的形成经历了几个关键时期：

(1) 巴纳姆时期——现代公共关系的发端

19 世纪中叶在美国风行的报刊宣传活动，被认为是现代公共关系的“前身”。各公司、组织所雇佣的报刊宣传员的任务，主要是编造离奇的故事以引起公众的好奇和对自己的注意。当时最有代表性的人物就是巴纳姆。“巴纳姆”时期的公关思想和公关实践具有两大特点。第一个特点是，对公众利益全然不予考虑，有一则美国铁路大王范德比尔特(Willian Vanderbilt)谩骂公众的故事，典型地反映了这一态度。以巴纳姆为代表的“报刊宣传活动”与一般的广告宣传已有了明显区别，它不以传播静态的产品或劳务信息为中心，而是围绕企业形象，通过情节性的故事来提高自身知名度或美誉度，从而开创了利用新闻媒介传播企业形象的先河。当然，巴纳姆式的宣传活动只是有了公共关系的形式，而没有公共关系的本质，他们并不重视公众利益。第二个特点是，几乎所有的报刊宣传员都以获得免费的报纸版面为满足。不择手段地制造各种假新闻，欺骗公众，这在根本上是与公共关系的宗旨背道而驰。