

怎樣進行 公共關係

黃中信 著

公共關係是我們從事的活動，所發生的各種關係的通稱，這些活動都具備公眾性的。而且有其社會的意義及價值。



藍天書屋出版

怎樣進行公共關係

藍天書屋出版

出版者：藍 天 書 屋
（香港七姊妹道二〇〇號七樓）
印刷者：大 象 印 刷 公 司
（九龍官塘道一八八號四樓）
總代理：世 界 出 版 社
（香港七姊妹道一九六號七樓）
星・吉・櫟世界書局發行



第一章 什麼叫公共關係？

- | | |
|----------------------|---|
| 1. 這就是公共關係····· | 1 |
| 2. 首先要「貨真價實」····· | 4 |
| 3. 公共關係不是唱「獨角戲」····· | 5 |
| 4. 先讓別人知道你的價值····· | 7 |

第二章 公共關係有什麼效能？

- | | |
|----------------------|----|
| 1. 公共關係不是交際手腕····· | 12 |
| 2. 公用事業需要做好公共關係····· | 14 |
| 3. 社會事業也需要公共關係····· | 25 |
| 4. 國際之間更要做公共關係····· | 30 |

第三章 造成公共關係的聲勢

- | | |
|-----------------|----|
| 1. 社會輿論的評價····· | 35 |
| 2. 群眾的心理趨勢····· | 36 |
| 3. 發揮輿論的功能····· | 39 |

第四章 大眾傳播與公共關係

- | | |
|------------------|----|
| 1. 大眾傳播的影響力····· | 43 |
|------------------|----|

2. 怎樣與傳播界配合·····	46
3. 與新聞界的連繫工作·····	51
4. 與新聞建立友誼關係·····	52

第五章 怎樣去做好公共關係

1. 負責人的權力與範圍·····	56
2. 擔當職務的負責人·····	57
3. 本身需具備的能力·····	58

第六章 擔任職務的要件

1. 學識要廣博越雜越好·····	65
2. 要有律師般的口才·····	65
3. 要有寫作的的能力·····	71
4. 領導部下的手腕·····	73
5. 社交應酬的關注·····	81
6. 禮節表現出本身涵養·····	88

第七章 企劃的重要性

1. 企劃上頭痛的地方·····	98
2. 基本原則與綜旨目的·····	100
3. 企劃完成的實行方法·····	103

第八章 怎樣搞公共關係

1. 製造氣氛和環境·····	106
-----------------	-----

2. 人員的工作地位·····	111
3. 人際關係的培養·····	113

第九章 怎樣與大眾接觸

1. 人的因素·····	117
2. 建立關係的基石·····	119
3. 函件的利用價值·····	121
4. 發表演說的效果·····	122
5. 出版物的用途·····	123
6. 辦活動的作用·····	125

第十章 今後公共關係的發展

1. 成爲一種專門行業·····	127
2. 公共關係人員的訓練·····	131
3. 今後的展望·····	134



第一章

什麼叫公共關係？

一、這就是公共關係

在廿世紀的七十年代裏公共關係是一門新興的社會科學，它真正地被應用於人們日常活動中的歷史還是很短。它是隨近代工商企業發達而產生的，所以至目前為止，還需在高度文明的繁榮社會才應用得着，在比較落後的地區，根本就沒有公共關係這名詞存在。

在歐美以及日本，公共關係已逐漸廣泛地被應用在整個社會的各種部門。在我國，還是近十年來才逐漸受人注意，這主要還是由於許多大專學校近年來已增設「公共關係」科系以後，公共關係的意義及其功能，才慢慢的爲人所了解和接受。因爲它開始被介紹到我們這社會來爲日不久，它的廣泛傳播乃至引起社會廣大市民注意和應用，也許還得經過一段時日，才會發展起來。

由於國內對有關公共關係的著作和實例還不多見，所以書中的舉例還是引證歐美材料爲主；因爲這是經過別人實踐的經驗之談，相信讀者們從中得些啓示，對我們日常處理公共關係工作是有所裨益的。在我們開始講述公共關係知識之前，先讓我們談談關於公共關係的定義。究竟公共關係是什麼東西呢？現在先請大家看看下

面的幾段話：

公共關係是我們所從事的各種活動，與所發生的各種關係的通稱，這些活動與關係都是公共性的，並且都有其社會意義。——普靈斯頓大學希爾滋教授（Professor H. L. Crinceton University）。

公共關係不是像一具打字機一樣可以購得的，也不是像一張訂購材料的貨單一樣可以延期的。這是一種生活方式——時時刻刻表露在各種態度與行動中，對於工作人員、顧客、與整個社會都有影響。——麥克勞·黑爾出版公司（Mcgraw Hill Publishing Co. Inc）。

公共關係使公司得到的，就是那些在個人稱為禮貌與德性的修養。——孟山茲化學公司董事長揆尼（Monosats Chemidal Co. Fdgar M. Queeny）。

公共關係是一個繼續不斷的過程。在此過程中，管理部門對外設法爭取顧客及社會各界的諒解與信任；對內則不斷自我檢討與糾正。——學者塞得爾（J. C. Scidel）。

由上述的幾項意見看來，我們可明白公共關係是研究如何藉由建立良好的人與人之間的關係，從而收到輔助事業成功的一種學問。也可以說，這是發掘人類潛力的一種哲學與科學。其實，一個人或一個機關應與社會大眾保持良好關係，這類需要是早就發生了的；可是對

其價值有明確的認識並進而有所作為以爭取大眾之擁戴，則為後來逐漸形成之事。商界是第一個發覺公共關係之重要的，但到今天，在歐美則已普遍地推廣到人類活動的每一個部門——政府、政治、軍事、商業、工業、勞工、教育、宗教、醫藥、慈善事業等等，以及所有各種社會公眾事務。在美國，已沒有一個團體對其公共關係的活動不去有計劃地加以推行了。

為了轉變大眾的觀念，能夠符合自己的特殊目的，有些機構每年不惜耗費數十萬元，乃至數千萬元，去從事廣大的宣傳工作，去設法對國會以及州議會的議會們去施以壓力，去展開各種推廣、宣揚、與鼓吹性質的運動。這種方法是可以贏得許多權利的，但却並不常能贏得友誼。公共關係的目的，是要想在長期的基礎上建立起公共的友誼，而是永遠應該如此的。

簡單的說，公共關係就是我們個人與別人的關係——你如何與別人相處，他們又如何與你相處。如果別人對你都很友善，都願意與你共事，那麼大概可以斷定你自己的公共關係是相當不錯的。反之，如果別人對你不甚友好，且常常有種種評擊，那麼大概就可以想到你自己的公共關係並不怎樣理想了。

你是一位電視明星；一位公務人員，一位街邊小販，或者是一位只想與鄰居和好相處的小市民，那麼你與公眾的關係或者與你所接觸到的人之關係都是很重要的

• 這對各大小公司、社團、政府機關也是一樣的 • 每個機構都須不斷地設法改進其與別人的關係，這些人可能正是這機構服務的對象，也可能正是為這機構而服務的，甚至也可能是與這個機構只有泛泛之交的。

二、首先要「貨真價實」

也許有人問公共關係倒底是什麼玩意兒？我們在前節中已舉出了四個。這裡還有兩個也是非常真確而簡單的，而值得一提：

『公共關係是先要使自己好，然後才會因而受到益處。』

『公共關係是百分之九十靠自己做得對，百分之十靠宣傳。』

在此，我也不妨提一提我自己的意見。這雖然不是因為自己的比前面幾位專家的好，而是因為它所特別強調的幾點，在後面我們會拿來作為引證。我的意見就是：

『現代公共關係是一個各種有關政策與行為之計劃性的方案，它能建立「公眾信心」，增進「公眾瞭解」。

而兩個加有引號的名詞，就是一般我們希望通過公共關係去達成的目的——讓公眾對我們所做的增加其信心，對我們所想的增加其瞭解。但是，這種目的如果沒

有一個方案——一個能夠使公眾感到興趣與滿意的方案，是難以達成的。

方案不是輕易能夠擬成的——不是可以隨便將新聞發佈，無線電廣播與公眾娛樂節目拼湊而成的。一個方案要想達到其所預期的目的，就正如作戰一樣，是須事先加以計劃的。這原是簡單而顯見的道理；但是事實上今天許多希望公共關係方面去做的工作，却都是沒有任何目的、任何計劃的。

在那定義中兩個最重要的名詞是政策與行爲。這並不是公共關係負責人及其部屬在處理其經常職務時所推行的政策與實施。所謂「政策」，是指領導人用來指示其事業的那些政策，不論這是一個甚麼事業，是一家大公司，是一個社會事業機構，還是一個慈善團體，都無軒輊。「行爲」是指該事業每個工作人員的行爲，上自最高領導人起下至清潔雜工止都包括在內。

三、公共關係不是唱「獨角戲」

值得說明的，公共關係且是一項僅為少數專業人員而設的工作。這是工商業機構管理的一個部門。工商業機構管理當局決定政策，而由其屬員與雇員付諸實施。兩者協同一致，努力工作，公共關係方有穩固的基礎。

政策與行爲如何應用到公共關係方面呢？如果你是一位公共關係的負責人，要想成為一個公司組織擬定一

個方案，那麼你首先要了解的，是下列幾個問題：

- (1)這公司的董事與管理當局在公眾中的信譽是否良好？
- (2)所有員工是否對於工作都感到滿意，對於公司都表示忠誠，對於為公司而工作都感到驕傲？不但如此，他們是否還願意盡量向他們外界的朋友「推銷」他們的公司？
- (3)這公司與參加職業社團的職工關係如何？
- (4)這公司與各社會團體、當地政府以及社會名流的關係如何？
- (5)顧客對於這公司及其工作的觀感如何？
- (6)一般人對於這公司的態度怎樣？

所有這些問題，都是針對該公司所決定的政策及其內部每個工作人員的行為而發的。如果它的公共關係不甚妥善，則其原因大概就可以由此求得。

現在就讓我們將定義所包含的主要特點總括一下：

- (1)任何一個公私機關，其成功的關鍵乃在於公眾的信任與瞭解。
- (2)公眾的信任，是要看各種機關所擬訂的政策以及其依照政策推行業務的情況如何而定。
- (3)公眾的瞭解，是要看各種情報之是否立即向公眾加以正確報導的結合。
- (4)所以，良好的公共關係是一種優良行為與誠實正確報導的結合。

四、先讓別人知道你的價值

西歐和日本，近年來公共關係的活動已經被普遍接受；但是正像任何新行業的初期情形一樣，社會人士對它的接受，並不意味着指對它真正意義的瞭解。若干人正利用社會人士對此一新興行業抱有新奇的心理，在此行業中濫竽充數，而不問公共關係的真正道理為何。有些飢不擇食的人希望趕快賺錢，最好的辦法，就是利用好名義和搞些社會人士認識尚不清楚的新行業。例如在公共關係方面，就有許多人在魚目混珠之間，從販賣書報直到發展公會活動的各項工作上，都有人打起公共關係的幌子。廣告社和印刷廠早已經自稱為公共關係顧問了。此種情形，其實並不足為奇。經過兩千年的時間，醫生還照樣有江湖郎中，律師裏還照樣有訟棍。不過在這些行業裏，已經有法律對不法者加以制裁。多少年來，當局已經用頒發執照的方式對這些行業裏的人士加以教育規定資格及行為標準的限制。儘管如此，在複雜的社會中，難免有為非作歹之徒。不過社會逐漸進步時，它自然就要求人們和它一起改進。因此便時常有人建議對那些自稱為公共關係顧問的人們，也應該有制裁的方法。雖然在嚴格規定下尚難完全阻止若干敗類盜用「公共關係顧問」的美名從事詐欺行動，但多少總可以促進公共關係行業中的淨化。

目前在美國大學內設有公共關係課程的已有一百餘所，但是大家對公共關係的真正價值觀還極為混淆，根據紐約大學教授伯尼（Edward L. Bernay）在授課時，要每個學生們寫出自己對公共關係的理解，下面就是學生們所提出的各種解釋：

- (1)公共關係是求取對產品、理想或人員發生好感的活動，而最後目的是希望能增加銷路。
- (2)公共關係是分析人事、制度和大眾團體間的情勢，目的在對此情勢加以改進。
- (3)公共關係是聯絡機構，其目的在促進社會人士與工商企業之間的好感。
- (4)公共關係是一種藝術和科學，旨在使你所代表的人或產品獲得社會大眾的最好印象。
- (5)公共關係目的是在推廣銷路的活動。
- (6)公共關係在於使人際關係上發生覺察意識。
- (7)公共關係是要替那些打算推銷商品、制度或任何事物的人士改進及維持社會大眾的好意。
- (8)公共關係是處理社會中個人間相互接觸的一系列活動
- (9)公共關係是代表一項機構向大眾求取最好印象的所有活動的綜合。
- (10)公共關係是一種以推銷產品為最終目的的活動。
- (11)我體會出公共關係是研究如何與人們相來往，但是我

不會描述。

- (12) 公共關係多少是一種強力推銷活動；它完全是一種銷貨術。
- (13) 公共關係是把他本人及理想推銷給大眾的一種巧妙方法。
- (14) 公共關係是調查人類的需要與需求、愛好與厭惡、並把這種知識與學術應用在一個團體、機構、或制度的對人類關係的活動中，以求取成功的推進工作。
- (15) 公共關係是促進善意。
- (16) 公共關係是把對人類的知識與人類之易受欺騙性合在一起的學識，它利用這知識是爲了推行某一目標。
- (17) 公共關係是一種方法，用來把個人的人格或他的產品介紹給其他人士。
- (18) 公共關係是一種應用到商業上的藝術，其最終目的在於推廣銷路。
- (19) 公共關係是新聞學的一部份，它是一種研究如何與人相處的藝術。
- (20) 公共關係是要研究那些大眾要某一種產品，以及如何把這種產品向他們推銷。
- (21) 公共關係是讓大眾對你的商店有好感。
- (22) 公共關係就是推銷；它是對一項理想，一個教堂或棒球俱樂部的理想的推銷術；它推銷你的商店，使大眾對它有好感。

(23)公共關係是建立起一個公司、一個商店、一個私人對所有與他有來往的人們的好感。

(24)公共關係人員乃是任何企業與一般大眾之間的中間人或接觸人。

這些學生們在他們所處環境中，都對公共關係提出若干共同的錯誤觀念。他們所提出的觀念，也為一般成年人及商業中負責的經理部門人員所具有。美國伊利諾大學運銷學講師韋特申在一九五〇年所寫的「商業中的公共關係：大公司活動的研究」一書中，便提到這一點。韋特申指出，縱使那些目前推行公共關係活動的公司，也需要澄清公共關係的觀念與術語。

美國公共關係權威康斐德（B. R. Canfield）說：「公共關係是一種管理哲學，在所有決策及行動上，都以公眾利益為前提。此項原則應釐定於政策中，向社會大眾闡揚，以獲得諒解與信任。」

美國全國公共關係專家所組織的委員會，對於公共關係的定義曾徵求過二千餘公共關係專家意見，答案均不一致，其選出之四項為：

A、『公共關係為企業管理機構經過自我檢討與改進而以其態度公諸社會，藉以獲取其顧客、員工，及社會對於企業之好感與了解之一種經常不斷的工作。

』

B、『首先、公共關係是一個或一個組織為獲取大眾之

信任與好感，藉以迎合大眾之旨趣而調整其政策與服務方針的一種經常不斷的工作。其次、公共關係是將此種已調整的政策與服務方針加以說明，以獲致大眾之了解與歡迎的一種工作。』

C、『公共關係是一種技術，此種技術係在激發大眾對於任何一個人或一個組織之了解而對之發生信仰。

』

D、『公共關係為工商業管理機構用以測驗大眾態度，究看本企業的政策與服務方針是否與大眾之了解與歡迎的一種職掌。』

若干年來，已有許多建議以其他同義字來代替公共關係一詞，如人際關係、人道學、輿論管理、社會工程學、領袖技術、樹立同意學等，時到今日，一般人們特別是團體領袖與輿論製造者——應該對公共關係的真正意義、範圍及目的有一個明晰概念。公共關係的主要工作，不僅是推銷商品和刊登廣告。它乃是一種理論和行動，處理人和他賴以生存及發展的社會間的關係。