

GONGGONGGUANXI
XITONGLUN

公共关系 系统论

王碧波 著

漓江出版社





· 内容简介 ·

本书分三个部分对公共关系系统的各个方面进行阐述和分析。第一部分主要就公共关系系统与系统之间的关系，公共关系系统的模型和状态几个方面对公共关系系统进行描述。第二部分则着重阐述公共关系系统的环境、目的、结构、功能等。第三部分则从战略、组织、程序和活动等方面对公共关系系统的实践工作进行设计。

整部作品针对公共关系系统所可能涉及的各个领域尽可能地进行详细和具体的分析研究，并对公共关系系统的实践运作提出了一些有益的设计。

ISBN 7-5407-2427-7



9 787540 724276 >

ISBN 7-5407-2427-7/G · 828

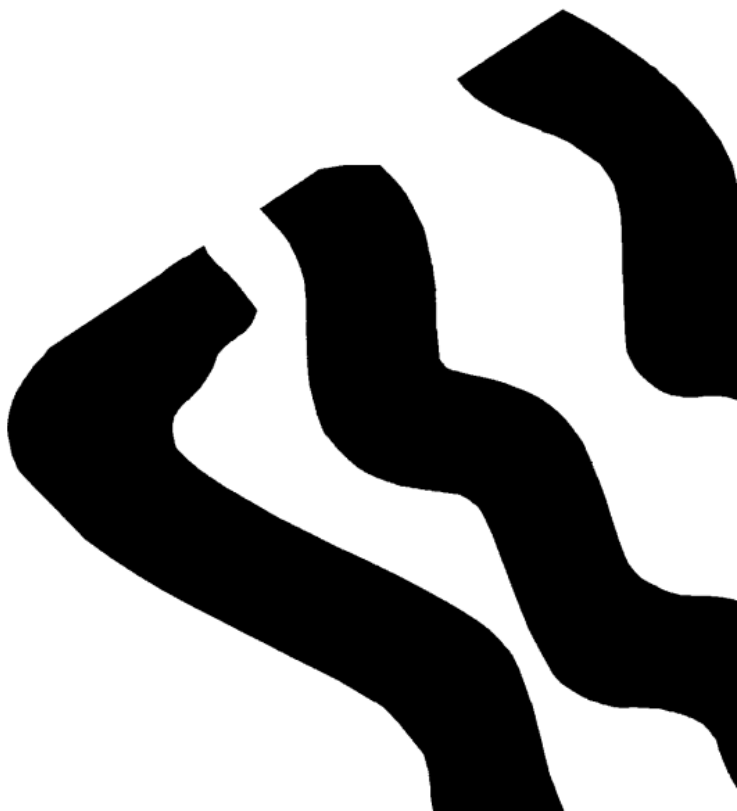
定价：16.80 元

GONGGONGGUANXI
XITONGLUN

公共关系 系统论

王碧波 著

漓江出版社



公共关系系统论

王碧波 著

*

漓江出版社出版

(广西桂林市南环路 159—1 号)

邮政编码: 541002

广西新华书店发行

柳州市印刷厂印刷

*

开本 850×1168 1/32 印张 7.75 字数 168 千字

1999 年 7 月第 1 版 1999 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1—2000 册

ISBN 7—5407—2427—7/G·828

定价: 16.80 元

如有印装质量问题 请与工厂调换

前 言

公共关系从 80 年代初引进中国，逐渐被国人所接受，但是应该看到这门学科在中国的发展十分艰难，表现在理论界热心但没有自己的成果，实践界想尝试，但是无从下手。中国公共关系理论界的现状，大概可分为三派：一派以深圳大学为中心的，以洋为主，注重实务；一派以上海为中心，以洋为主，注重理论；一派以北京为中心的，以中为主，注重理论。中国公共关系实务也限制了中国公共关系理论的发展。毫无疑问，中国有不少公共公司和事务所，但是经营成功者甚少；中国企业有公关部的确不少，但名存实亡者太多。然而公共关系理论和实务确为中国经济发展所必须，我们有必要总结和反思中国公共关系这一短暂的历史，同时创立自己的公共关系理论。

本书着重用系统论的方法来研究公共关系，其目的在于推动公共关系理论的深化研究，同时为企业管理工作者和企业公共关系人员提供一条公共关系的新思路。

作为一个企业管理专业人员，多年来我一直在关注公共关系在中国的发展，从事公共关系的业余教学与研究工作。在长城饭店首任公关部经理 Luck Brown 的帮助下，1985 年曾动手编写了一本公共关系的教科书，并提出了公共关系三要素理论，根据要素来建立一个公共关系的理论

体系，作为公关学习班的讲义。我在参加美国纽约州立大学工商管理硕士班的学习期间也曾多次在一些学习班、研讨班用这一理论体系作为讲课依据。在多年来的教学中，深感在公共关系的理论研究中有必要引进一些新的科学方法，同时公共关系在企业管理中作为一种职能必须要有科学的方法才能被当今受过良好科学训练的管理者所接受。引进系统论的方法来研究公共关系便是一种尝试，当然这仅是一种尝试。系统论作为一种科学方法来自自然科学界，在社会科学中得到了广泛的承认和运用。并且系统论的方法不论在哲学意义上还是方法上都在不断地深化和发展。

对公共关系系统的研究从理论上讲，弥补了系统论缺乏对关系系统研究的不足，在实践中，处理企业管理系统中子系统与子系统的关系、企业系统与环境的关系是很具有价值的。

为了使读者在读本书之前对公共关系与系统论有背景性的认识，我想利用前言来谈谈三个问题：一是公共关系产生与发展的原因，二是企业管理理论与实践的发展趋势，最后谈谈系统论的发展历史。这三个问题的简要叙述在于说明为什么要用系统论来研究公共关系。

一、公共关系产生与发展的原因探讨

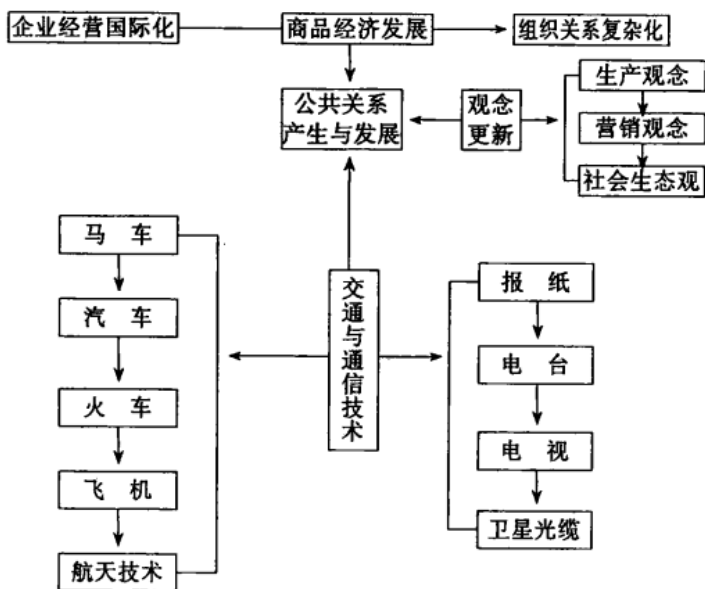
作为一门学问的公共关系历史，是十分短暂的，短暂得使人们还来不及研究它的历史。起源于上世纪末，产生于本世纪初，发展于本世纪中叶，每一本公共关系书都只能用几页的篇幅来谈及公共关系的历史。公共关系在我国尚属于引进和认识阶段，这一阶段对历史的深刻认识和理解显得尤为重要，这里我想从几个角度来谈谈公共关系产生与发展的原因。

商品经济高度发展是公共关系产生与发展的背景，企

业经营管理观念的不断更新是公共关系产生与发展的动力，交通与通信技术高度发达使公共关系产生与发展成为了可能。

商品经济成为今天我们社会的经济主流，商品经济的高度发展，人际关系的复杂化，传统的自然经济状态下的以亲缘关系为主的简单人际关系被现代以商品交换为主的人际关系所取代，人们必须不断地去面对不同的文化背景生产不同商品的陌生人，与他们交流，这种全新的人际关系需要以全新的知识去指导全新的手段来完成。今天的人际关系已经开始国际化，我们必须开始学会与不同国籍的人们打交道。商品经济的发展产生了现代组织，现代组织关系已日趋复杂，一个组织本身是一个网，而这个组织又被一个更大的网笼罩并与其他网沟通着。今天一个大型跨国公司的分支机构可能遍布世界的每个角落，从事成千上万种商品的生产和交换。现代组织的网络化和复杂化同样呼唤着新的理论和新的手段来指导现代组织的运动、来协调组织间及组织内的关系。

企业的经营管理观念同样在不断地更新，今天那种只注重抓自身潜力的经营观念已被开放的社会生态观念所取代。在资本主义企业中，生产观念曾经是主导观念。只需生产出低成本的产品，便可赢利的思想，后来被营销观念所取代，即企业必须生产出低成本的满足人们需要的产品。而今天，现代企业已经逐渐地认识到企业是社会的企业，它必须承担社会责任，同环境相协调而发展，并且同环境沟通处理各种复杂的社会关系，企业才能生存与发展；另一方面，社会对企业的限制条件同样在不断地增加，几十年前的企业家从来不曾为环境污染所苦恼过，为消费者都琢磨不定的消费心理折磨过，而今天的企业家所面对的是一个以优化社会经济效益为目标、限制条件不断增加的非线性规划生产模式。



公共关系产生与发展的原因

现代通信传播技术和交通技术为现代公共关系提供了手段,不断发展的交通通信技术使得人际距离不断缩短,既增加了人际交往的复杂,同时又使复杂的人际交往成为可能。现代通信与交通技术的发展程度是一个地区的投资环境的含量指标之一,因为现时代国际化的企业经营是以公共关系先行,同时又以公共关系为轴心的,如果缺乏现代的通信与交通技术,很难设想总部的总经理如何同分部的经理进行沟通与交流,更难设想他们如何在各地区树立和传播自己的形象,以求得公众的理解和支持。几十年前在中国的电视里很少出现老外的产品广告,而今天电视里几乎每天都可以见到很多国外产品的广告了。

以上我从背景、观念和手段三个角度来谈了谈公共关

系产生和发展的原因，这不是论文，只是体会。这里有一点值得一提，那就是政治上高度民主是公共关系产生与发展的催化剂。由于我这本书讨论的是企业公共关系，我便不想涉及这一问题，但是企业内部民主——职工参与管理是现代企业管理的一种新模式，也是公共关系发展的原因之一。下面我想专门谈谈这个问题。

二、企业文化与公共关系

我曾经在我的前一本书中（《企业文化导论》，广西民族出版社）论及企业文化是企业管理在本世纪的最后一个理论热点，企业管理的人文化趋势已经十分明显，而企业文化理论更是企业管理人文化趋势的一个开端；同时我那本书中还提及公共关系是塑造企业文化的手段之一。这里我便想利用这本书来简要地谈谈企业文化与公共关系的关系问题。

企业文化的核心问题是企业价值观念——企业精神的形成与传播，从而影响与控制企业职工的行为问题。而企业精神的传播需要以现代企业公共关系为其手段。企业公共关系的一个主要内容是要处理好职工关系，怎样处理好职工关系必须围绕企业精神这根主线，通过创造良好的企业文化气氛来协调职工关系。

企业内部民主——职工参与管理是现代企业管理的一种新模式，传统的企业管理模式中工人与管理人员的关系是控制与被控制的对立关系，而今天新的企业管理模式中职工有了参与企业管理的权力。管理者必须学会用新的管理手段和方法来管理企业，公共关系是一种新的管理手段和管理职能，它提倡并鼓励管理人员与工人之间的对话与沟通，在企业中形成一种良好的积极的关系，从而使企业得以健康地发展，可以这么说，企业管理这种模式要求公共关系、从而使公共关系不仅具有了处理企业与外部环境关系的功能，也具备了处理企业内部关系的功能。

企业文化理论的提出比企业公共关系理论的提出稍晚一些。企业文化理论现在不太成熟，当然公共关系理论也不太成熟。公共关系理论似乎已经有了模式，而企业文化理论则没有，但是应该充分看到公共关系的成功往往是在处理企业与外部公众方面，特别是在处理同消费者关系方面，在企业中具有十分明显的效果。公共关系在处理内部公众特别是职工关系时，首先一个问题就是企业文化问题。一个企业没有一个良好的文化气氛，没有一个适合于企业公共关系开展的文化，公共关系在企业内部将是无能为力的，这是许多企业在现实中往往把公共关系作为企业的外交部，而不是作为内务部的一个主要原因。然而毫无疑问地说，一个具有良好的企业文化的企业很容易找到一种合适而有效的公共关系模式，这里我指的良好企业文化是指有一个符合现实的，能指导职工行为的价值观念体系。内部公共关系必须以企业文化为核心，围绕树立企业精神为主旋律来开展公共关系活动；外部公共关系必须为企业文化提供信息，使企业文化不断地适应环境而得以发展。

孟小平先生在《揭示公共关系的奥秘——舆论学》（中国新闻出版社）一书中谈到企业文化建设中的舆论问题，提出从企业文化角度入手来提出公共关系的总政策是很有见地的观点。我在我的《企业文化导论》一书中提出企业环境是企业文化的生长点的观点，如果说企业环境是企业文化的生长点的话，企业公共关系是企业环境与企业文化的联结纽带。

公共关系发展的另外一个途径是同企业文化联系起来，创造一个以企业文化为核心、公共关系为手段的新的企业管理模式，这不是本书的课题，但是我希望这课题能得到更多人的关注。当今企业面临着许多挑战，企业如何迎接挑战，关键的是要有一种长远的战略意识，那种封闭式管理思维和方法肯定不适应我们这个时代了。公共关系将作为一个开放的系统来处理企业内部子系统与子系统的关系、企业与环境的关系而发挥其系统的功效。

三、系统论的发展简述

系统论的思想同许多科学思想一样可以追溯到人类远古的历史。系统学的研究者可以宣称人类历史是一部系统思想不断发展的历史。从古中国、古希腊、古罗马到现今可以写出好几卷关于系统思想的发展史，但是真正将系统作为一项重要的科学概念加之仔细研究并第一次提出“系统论”的公认是理论生物学家冯·贝塔朗菲，他首先提出“机体系统论”，主张从生物的整体及其环境的关系研究生物，其理论根据是“整体的属性与功能大于各孤立部分之和”，后来他又把机体系统的基本原则加以推广，形成带有跨学科性质的“一般系统论”。

五十年代前后，出现系统科学、运筹学、一般系统论、电子计算机与控制论、信息论等新兴学科，这些学科适应了社会生产不断发展的需要，它们相互渗透、相互结合，日益显示出重大的意义和作用。到六十年代、七十年代，系统工程与工程控制论中的大系统理论相互渗透，运用于技术系统和社会系统的广泛领域，对社会生产与管理作出了巨大贡献，产生了深远的影响，这是人们公认的系统科学的形成时期。

特别值得一提的是，七十年代初期和中叶“新三论”的出现使系统理论更趋完善，“新三论”是西德科学家哈肯提出的“协同学理论”、比利时管理学家普利高津提出的“系统的耗散结构理论”和法国数学家托姆提出的“突变理论”。协同学理论的大意是：在分析和研究系统性质时，可将该系统分解成许多子系统，这些子系统之间以很有规律的方式相互合作与竞争着，此类合作与竞争恰似有目的地在进行，甚至在无生命的世界也如此，其结果导致了时间与空间结构的转变，或者是出现了某种非常确定的过程，当外部条件改变时，系统的宏观结构或功能发生引人注目的改变即突变。

耗散结构理论认为：长期以来，人们所研究的都是平

衡系统，即封闭系统，因此用于解释非平衡系统即开放系统时，便遇到了困难，该假设认为：一个远离平衡状态的开放系统，在外界条件达到某一定值即界限值时，量变可能引起质变，即系统通过不断地与外界环境交换能量和物质，可能由原来的无序状态，转化为一种时间、空间或功能的有序状态，这种非平衡的有序结构叫耗散结构。

突变理论是研究自然界与人类社会中的不连续的和突变的现象，突变论运用微分拓扑对奇点性质的研究成果，包括分类定理，试图对突变现象作出解释，突变论认为一般系统把系统置于一个稳定的静态的时态中，而突变论则把系统放置于一个动态的可变的时态中研究它从一种稳定态到另一种稳定态的跃进，突变理论为研究系统的变化提供了数学基础。

系统理论仍旧在不断发展与完善，可以肯定地说系统论已经得到广泛的应用和承认，系统的观念已经成为认识世界和改造世界的必备观念。

本书将系统的观念引入公共关系的主要目的就在于为公共关系的研究提供一条新的路子。由于我自己既不是系统论方面的专家，尽管对系统论有着浓厚的兴趣；也不是公共关系的行家，尽管从事公共关系的教学多年，然而作为一名热爱科学、把科学研究视为自己终身奋斗的事业的年轻人，我愿意把自己不成熟的思想奉献出来。这本书是我思考了两年的结晶，但仍是粗糙，幸得老前辈及朋友们帮助，才动笔一气完成了它，希望它能为中国公共关系的事业与中国企业的发展作一些贡献。

1990年11月25日

目 录

前言	(1)
----------	-------

第一篇 公共关系系统描述

第一章 系统与公共关系系统	(3)
---------------------	-------

第一节 系统和系统论	(3)
------------------	-------

第二节 公共关系系统	(8)
------------------	-------

第三节 公共关系系统在企业管理中的地位 和作用	(14)
----------------------------------	------

第二章 公共关系系统的描述性模型	(17)
------------------------	------

第一节 问题的提出	(17)
-----------------	------

第二节 公共关系系统的描述性模型	(21)
------------------------	------

第三节 模型的展开	(25)
-----------------	------

第三章 公共关系系统状态	(32)
--------------------	------

第一节 公共关系系统状态	(32)
--------------------	------

第二节 描述公共关系系统状态的变量与方程	(36)
-------------------------------	------

第三节 公共关系系统的指标体系	(39)
-----------------------	------

第二篇 公共关系系统分析

第四章 公共关系系统分析概述	(47)
----------------------	------

第一节 系统分析和系统分析原则	(47)
-----------------------	------

第二节	系统分析的基本要素和主要作业	(49)
第三节	公共关系系统分析概述	(54)
第五章	公共关系系统的环境分析	(59)
第一节	环境的作用	(59)
第二节	文化环境分析	(62)
第三节	政治环境分析	(70)
第四节	经济环境分析	(77)
第六章	公共关系系统的目的分析	(83)
第一节	公共关系系统目的的确认	(83)
第二节	公共关系系统目的的建构	(85)
第三节	目的一手段分析	(90)
第七章	公共关系系统的结构分析	(95)
第一节	公共关系系统的构成结构分析	(95)
第二节	公共关系系统的过程结构分析	(102)
第八章	公共关系系统的功能分析	(108)
第一节	公共关系系统的内部功能分析	(108)
第二节	公共关系系统的外部功能分析	(115)
第九章	公共关系系统的定量分析	(125)
第一节	公共关系系统的决策分析	(125)
第二节	公共关系系统的压力模型和信息模型	(132)
第三节	组织形象的线性规划优化模型	(136)

第三篇 公共关系系统设计

第十章	公共关系系统的战略设计	(143)
第一节	公共关系系统设计概述	(143)
第二节	公共关系系统的整体战略—— S 战略和 H 战略	(146)
第三节	公共关系系统的子战略——PIC 战略	(151)

第十一章	公共关系系统的组织设计	(159)
第一节	公共关系系统组织的地位和职能	(159)
第二节	公共关系系统组织的目标和原则	(162)
第三节	公共关系系统组织设计的基本要素	(166)
第四节	公共关系系统组织的模式	(170)
第十二章	公共关系系统的工作程序设计——RPDE 循环	(176)
第一节	调查分析——R	(176)
第二节	制定计划——P	(181)
第三节	计划实施——D	(185)
第四节	工作评价——E	(186)
第五节	RPDE 循环体系	(188)
第十三章	公共关系系统的活动设计	(192)
第一节	公共关系系统活动的作用和功能	(192)
第二节	公共关系系统活动的程序和原则	(195)
第三节	公共关系系统活动的内容	(198)
第四节	公共关系系统活动设计四要素	(203)
第十四章	公共关系系统中的道德问题	(207)
第一节	公共关系系统道德的形成和基本原则	(207)
第二节	公共关系的职业道德规范	(211)
第三节	公共关系的职业道德范畴	(215)
第十五章	电子计算机在企业公共关系系统中的运用	(219)
第一节	电子计算机作为公共关系工作的一种工具	(219)
第二节	电子计算机的一般性认识	(222)
第三节	企业公共关系电子计算机应用实例	(225)

CONTENTS

PREFACE

CHAPTER 1

SYSTEM AND PUBLIC RELATIONS

SYSTEM	(3)
1. 1 System and system theory	(3)
1. 2 Public relations system	(8)
1. 3 public relations system in business administration	(14)

CHAPTER 2

THE DESCRIPTIVE MODEL OF PUBLIC

RELATIONS	(17)
2. 1 The problems	(17)
2. 2 The descriptive model	(21)
2. 3 Expansion of the descriptive model	(25)

CHAPTER 3

THE STATES OF PUBLIC RELATIONS ... (32)

3. 1 Introduction	(32)
-------------------------	------

3. 2 The variables and functions	(36)
3. 3 The indexes of public relations system	(39)
CHAPTER 4	
AN INTRODUCTION TO PUBLIC RELATIONS SYSTEM ANALYSIS	
(47)	
4. 1 The system analysis and its principles	(47)
4. 2 The fundamental elements and major works in system analysis	(49)
4. 3 Overall introduction to public relations system analysis	(54)
CHAPTER 5	
THE ENVIRONMENTAL ANALYSIS OF PUBLIC RELATIONS SYSTEM	
(59)	
5. 1 Functions of environment	(59)
5. 2 Cultural environment analysis	(62)
5. 3 Political environment analysis	(70)
5. 4 Economic environment analysis	(77)
CHAPTER 6	
THE GOALS ANALYSIS OF PUBLIC RELATIONS SYSTEM	
(83)	
6. 1 The goals recognition	(83)
6. 2 The goal structure	(85)
6. 3 Goal—means analysis	(90)
CHAPTER 7	
THE STRUCTURAL ANALYSIS OF PUBLIC RELATIONS SYSTEM	
(95)	