

公共关系与企业管理

● 陆万胜 齐乃贵 金占宝 刘文光
● 山东
版社

公共关系与企业管理

陆万胜 齐乃贵 金占宝 刘文光

*

山东人民出版社出版

(济南经九路胜利大街)

山东省新华书店发行 山东新华印刷厂潍坊厂印刷

*

787×1092毫米 32开本 6.625印张 129千字

1988年10月第1版 1988年10月第1次印刷

印数1—10,160

ISBN 7—209—00234—0

F·53 定价：1.90元

前 言

公共关系学是一门研究如何建立信誉，从而使事业获得成功的学问。在西方国家里，公共关系涉及到一切商业性和非商业性的组织。上至总统竞选，下至营业员兜售商品，几乎每一项事业的成功无不依赖于良好的公共关系。

随着我国商品经济的发展和对外实行开放政策，公共关系学在风靡世界八十年以后从我国开放的窗口逐步传入内地。

首先在深圳、广州、珠海等经济特区里面，许多企业设立了公共关系部，出现了令人耳目一新的“公关经理”、“公关先生”、“公关小姐”。公共关系学成了人们十分感兴趣的一门新学科。

然而，在我们这块封闭了多年的土地上，人们对于公共关系学还不十分熟悉的时候，不免有人对此将信将疑，甚至有种种的曲解。这样以来，及时地向我国人民介绍这门新学科，并指出这门学科的现实意义和局限性，就是一件十分有益的工作。为此，我们编写了《公共关系与企业管理》一书。

当前，公共关系学之所以能够作为西方的一种经营管理方法被介绍到我国，并在实际工作中逐步显示出它的作用，是因为我国实行了经济体制改革和政治体制改革。随着各个企业自主权的逐步扩大，那种一切按计划办事，无视市场机

制的经营管理方法已逐步摒弃。企业要在竞争环境中立住脚跟，要在瞬息万变的形势下做出正确的决策，总之，企业要求得生存和长期稳定的发展，这就不得不借助于良好的公共关系。可以预言，随经济体制改革的深化，公共关系将在我国各类经济组织中占据越来越重要的地位。

公共关系学同其他学科一样，凝聚了人类共同智慧的结晶。但是，公共关系学的理论体系毕竟是以资本主义国家公共关系的实践为基础的，是资本主义商品经济发展的产物。我国的商品经济是社会主义的，建立在社会主义经济基础之上的人际关系、社会关系、公共关系与资本主义社会不同。另外社会制度的根本差异，新闻媒介的性质与任务、政府同企业的关系等方面也就存在着很大的区别。所以，公共关系的理论及应用也应该随之变化。现在，我们应该着力于建立和发展社会主义的公共关系学，促进社会主义经济的繁荣。

我们面临着日益开放的社会，人们之间的交往日趋频繁，各种关系日趋复杂，竞争和制约日趋加剧。人们的社会实践需要公共关系，四化建设呼唤着公共关系。公共关系学这枝生长在异域的花朵，也一定能同其他科学技术一样，在我们的国土上生根、开花，并结出累累硕果。

由于水平和资料的局限，该书难免存在着缺点甚至错误。谨以此书，抛砖引玉，求教于才家。

作 者

一九八八年十月

目 录

第一章 公共关系的由来和发展	1
第一节 公共关系的产生	1
第二节 公共关系的发展	5
第三节 公共关系已成为一门学科	8
第二章 公共关系的构成要素	11
第一节 公共关系的主体：社会组织	11
第二节 公众是公共关系的客体	14
第三节 传播是公共关系的工作手段	17
第三章 公共关系在企业管理中的地位	21
第一节 公共关系具有企业管理的职能	21
第二节 公共关系对企业管理现代化的意义	23
第三节 建立健全我国企业中的公共关系部门	27
第四章 企业股东关系的形成与调节	38
第一节 股份制的产生和股东关系的确立	38
第二节 资本主义股份制企业中的股东关系	44
第三节 社会主义股份制企业股东关系的确立	48
第五章 处理好消费者关系是企业发展的动力	55
第一节 处理好消费者关系的重要性	55
第二节 企业同消费者关系的调节	58
第三节 公共关系人员要对消费者进行研究	69
第六章 企业同新闻传播媒介的关系	74

第一节	新闻传播媒介在企业管理中的地位 and 作用	74
第二节	传播理论在公共关系中的应用	82
第三节	传播技术在公共关系部门中的应用	87
第四节	大众传播媒介的特点	101
第七章	企业内部职工关系的调节	109
第一节	现代企业的组织管理	109
第二节	企业与职工关系的内容及处理方法	115
第三节	建立社会主义的新型职工关系	126
第八章	企业同所在社区的关系	134
第一节	社会网络中的企业组织	135
第二节	如何处理好企业同社区的关系	139
第九章	企业同广告的关系	146
第一节	广告的由来和发展	147
第二节	广告的社会作用	153
第三节	广告的制作	162
第十章	企业的国际公共关系	171
第一节	国际公共关系的兴起与发展	171
第二节	企业开展国际公共关系的重要性	174
第三节	国际公共关系工作的特殊性	178
第十一章	企业同政府的关系	184
第一节	政府在社会经济中的地位 and 作用	184
第二节	企业与政府关系的基本内容	188
第三节	处理企业与政府关系的基本原则	191
第十二章	企业公共关系部门的设置	195
第一节	企业设置公共关系部门的重要性	195
第二节	企业公共关系部门的设置模式	198

第一章 公共关系的由来和发展

第一节 公共关系的产生

一、公共关系的概念

随着我国“对内搞活，对外开放”的新经济政策的贯彻执行，人们逐步冲破、摒弃了传统的束缚经济发展的僵化模式，大胆地借鉴和探索适合我国国情的发展经济的策略，在生产和流通领域中，出现了许许多多人们见所未见、闻所未闻的新事物。

1984年，广州白云山制药厂大胆地进行企业管理体制的改革，设立了公共关系部，使厂内的生产和产品的销售出现了蓬勃的生机。随之，在一些主要接待海外侨胞、外国游客的高档宾馆里，出现了一些风度翩翩、负责接待以及联系有关事项的年轻姑娘，人们称她们为“公关小姐”，这确使中国人为之耳目一新。“公共关系”随着改革、开放的洪流，已经开始在厂矿企业蔓延、渗透，这就迫使人们来认识这一在中国大地上出现的新事物。

什么是“公共关系”呢？有人认为，公共关系就是“高级饭店加人民币”，在联系工作中，只要请主管人吃喝一顿，

再送上礼物，事情就有成功的希望。还有人认为，公共关系就是对商品的宣传，以宣传打开产品的销路。

人们用新奇的眼光审视着公共关系，各自从自己的经验出发，解释着公共关系。

美国的一位公共关系专家说：公共关系“好比一个青年人追求的伴侣，可以用许多方法。大献殷勤是一种，但这种推销并不是公共关系。努力修正自己的外貌和风度以吸引对方，也不是公共关系，而是广告。如果这位青年经过周密的研究和思考，制定出一个计划来，并埋头苦干，做出优异的成绩来博取他人的称赞，然后借他人之口将自己的优点传扬出去，这，就是公共关系。”

公共关系的定义有多种解释。英国“公共关系研究所”将它解释为：“为维持一个组织与其他公众之间的相互了解而进行的有计划、有目的的持久的努力。”

韦伯斯特国际字典中，对“公共关系”下了这样一个定义：“通过传播大量的具有说服力的材料，促进社会上人与人之间，或人与公司之间，或公司与公司之间的亲善友好关系。”

1978年8月，“世界公共关系协会”在墨西哥城召开会议，会上通过了较有权威性的公共关系的定义：“公共关系是分析动态、预测动态的结果，为管理者出谋献策，并完成有益于组织和公共利益的行动计划的艺术和科学。”这个解释比较全面地说明了公共关系的性质、目的和任务，明确指出了公共关系工作必须既有利于组织，又有利于公众，说明

了公共关系工作是一项有职业道德水准的工作。此外，这个定义还指出，公共关系既是艺术，又是科学，也就是说，公共关系具有很强的实践性、应用性和技巧，同时，它又必须以现代科学理论为指导。

《大英百科全书》也对公共关系作了这样的解释：“公共关系是旨在传递关于个人、公司、政府机构或者其他组织的信息，以改善公众对他们的态度的政策和活动。公共关系部或公共关系公司的主要任务是发布新闻；安排记者招待会；回答公众的投书；规划对社区活动的参与；准备电影、宣传资料、雇员刊物、给股东的报告以及标准信件；规划广告项目；规划展览会和参观访问；调查公众舆论。”这个定义，从公共关系部门的职能和工作领域的角度，描述了公共关系。从公共关系的工作职能看，公共关系主要是一种传播活动。还可以看出，公共关系不同于人际关系，它的行为的主体是一个组织，是一种公众的关系。从公共关系的工作领域看，它主要担负着社会组织间的管理的职能。

简言之，公共关系是一个社会组织运用传播的手段使之与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。

二、公共关系的产生

公共关系职业化、公共关系活动在世界范围内的发展是近年来的事情。然而，作为公共关系的实践活动却是古已有之的。

据说，考古学家曾在伊拉克发现了公元前 1800 多年的一种农业公告，它告诉农民如何播种，如何灌溉，如何对付

危害庄稼的老鼠，如何收获庄稼，很有点象现代社会某些农业组织公共关系部的宣传资料。古代的埃及、波斯等国的统治者都很懂得如何来宣传自己，制造有利于自己的统治的舆论。

从中国的古代社会里，也可以找到许许多多公共关系的实践活动。

我国的《诗经》中，有“风、雅、颂”三部分，计305首诗歌。风、雅多是民歌，其内容有爱情的，有反映底层人们和统治者不同的生活的。这些诗，对统治者有讽谏作用，对人际关系的调节和缓和矛盾起着催化作用。“颂”则完全是庙堂音乐，对统治者进行美化和歌颂。

春秋战国时期，当时的社会正处在由奴隶制向封建制转化，社会处在改革动荡之中。各个阶级、集团，为了争得统治的宝座，纷纷阐述各自的主张，他们雇佣专职人员，为他们游说宣传，著书立说。所以，当时兴起一股“养士”之风。大官僚吕不韦，竟有3000食客。说客们的工作职能，很有点象公共关系的活动。所以，从这种角度说，当时是我国公共关系业最发达的时期。

亚里士多德在他的经典性著作《修辞学》一书中，详细阐述了修辞的艺术，即如何运用语言来影响听众的思想和行为的艺术。古希腊人认为，一个人的修辞能力，是参与政治过程的基本条件之一，因为政治家与公众之间的桥梁是靠修辞来架筑的。因此，西方的公共关系学界认为，亚里士多德的修辞学堪称最早问世的公共关系的理论书籍。

在中国，几乎与亚里士多德同时的孔子也有许多言论和行动，属于公共关系的范畴。如《左传》中曾引孔子这样一句话：“言之不文，行之不远”，这与亚里士多德的《修辞学》理论可谓一脉相承。

无论在中国古代，还是在外国的历史上，都可以找到大量的类似现代公共关系的思想和活动。需要指出的，这些活动，是以现代公共关系的观点来解释说明的，当时的人们，并没有产生公共关系的思想。直到19世纪30年代以后，美国风行报刊宣传活动，“便士报”风靡全美，公共关系思想即发端于这一时期。

第二节 公共关系的发展

19世纪30年代，是美国大众化报纸时期，办报人标榜奉行客观、独立的办报方针，投合读者兴味，千方百计地扩大报纸的销量，办报成了他们发家致富的手段。因此，报纸的商业化，也给那些急欲宣传自己的老板可乘之机。当时，“便士报”由于价格低廉，内容又能投其读者趣味，因而发行量大，影响面广。这样，报业资本家就可以提高报纸广告的费用。一些公司企业的老板为了节省广告费，便雇佣专门人制造煽情性新闻，制造关于自己的神话，以此来扩大影响。报纸老板为了赚钱，便乐于接受发表，这样，两相结合，就出现了一种现象——报刊宣传活动。

各企业组织雇佣的宣传员的任务主要是编造离奇的故事

事，以引起公众的好奇和对自己企业的注意，从而树立本企业在人们心目中的形象，打开产品的销路。

现代公共关系思想的确立和公共关系活动实践的发展，也与美国等西方国家当时社会情况密切相联。20世纪初，美国等西方国家已发展成为高度发达的资本主义国家，科学技术不断改进，社会生产力极大提高。但是，资本主义社会中的固有矛盾——即生产资料的私有和生产的社会化的矛盾更加尖锐，由于“生产过剩”，酿成一次次的经济危机，这样，就迫使资本家把精力由生产转向销售。

另外，在20世纪初，资本主义社会内部的矛盾也日益激化。资本家一方面盲目生产大量产品，造成产品积压，另一方面，却残酷压榨工人，迫使工人组织一次次反抗和斗争。资本家为缓和矛盾，改变企业和本人的形象，开始设置专职的人员，从事各种关系的调节。如美国以洛克菲勒家族为主组成的洛克菲勒财团，在财团的初期，洛克菲勒残酷地剥削压榨工人，疯狂进行海外的掠夺，被人称为国际最大的剥削者，最大的吸血鬼。后来，洛克菲勒为改变自己的形象，以办社会事业为幌子，兴办了歌剧院、芭蕾舞剧院、交响音乐厅、音乐学院以及艺术博物馆等，还通过基金会和其他捐助，帮助兴建了芝加哥大学、哥伦比亚大学、普林斯顿大学、哈佛大学等。洛克菲勒还通过洛克菲勒基金会，到其他国家兴办文化教育事业，它曾为欧洲、拉丁美洲的最大的研究所提供过物理和化学实验设备，为中东和印度的教育、科研机构捐赠过资金。洛克菲勒兴办的社会福利事业，除了企

图控制美国的政治和社会生活外，在经济利益上也起到了重要的作用。洛克菲勒第二就曾供认过：“我们并不区分企业利益和慈善事业利益。”洛克菲勒还控制着美国的舆论工具，如时代杂志公司出版的《时代》周刊，《幸福》月刊，《生活》周刊等。这样，洛克菲勒财团通过兴办社会福利事业以及从事有计划、有目的宣传活动，改变了洛克菲勒财团的原有的形象。

洛克菲勒等美国的企业家，在生产与管理经营中深切地体会到，企业要在新的形势下求得生存和发展，必须建立起企业同社会之间的信息传播网络，使企业与社会相互沟通。同时，还要处理好企业内部与企业外部的各种关系，如同工人的关系、股东关系、用户关系、原材料供应者的关系、新闻界的关系、社区关系、政府关系等，特别要处理好同企业利害攸关的关系，并树立企业在公众中的良好形象。于是，在本世纪初，公共关系作为辩护士出现在美国工商企业界。如工厂老板为了协调好各种关系，应付舆论的压力，不得不聘请专业人员，从事公共关系活动，以求得舆论的谅解和支持。在这个过程中，美国工商企业界逐渐认识到，一个现代化的企业要想得到生存，求得稳步发展，就必须为社会提供周到的服务，向公众提供充分的利益，以求得企业与社会公众利益的一致。由此，美国电话电报公司正式成立了第一家公共关系部，当时叫信息部。以后各种专业的公共关系人员和部门也相继出现。到第二次世界大战结束时，“公共关系”顾问一词已相当普及，而且在各个部门中也陆续地设

立了这一职务和部门。

第三节 公共关系已成为一门学科

公共关系实践活动的发展，促使人们对大量的丰富的公共关系活动进行总结，以期把握其内涵和规律。公共关系已成为一门独立的学科。

公共关系学是运用新闻学、传播学、社会学、经济学、心理学等现代科学知识，总结现代经营管理和行政管理的经验和方法而形成的一门新兴管理学科。它的核心是：在信息社会里，依据信息传播的科学原理，运用恰当的新闻传播工具，从而不断地改善企业的管理和经营，赢得社会各界的信任和支持，保证事业获得成功。

公共关系学是商品经济高度发展的产物。它被介绍到我国仅仅是近几年的事情。即便是在西方工业发达的国家，公共关系也是一门非常年轻的学科，它与一般的学科的产生发展的规律一样，也是产生于公共关系的实践之后，就是说，先有公共关系的实践，然后才有公共关系学。

公共关系学的研究范围同其他学科一样，也是由历史、理论和应用三大部分组成。公共关系学的历史就是研究公共关系学说的产生和发展的历史。公共关系的理论和应用是密不可分的，理论指导应用，应用又不断为理论研究提供新材料，提出新课题。公共关系学的基础理论应该包括社会学理论、心理学理论、新闻学理论、传播学理论、管理学理论，

舆论学理论等。这些理论，尽管不是公共关系理论的本身，但是，公共关系学是与这些学科相交叉的边缘学科，所以，公共关系学必须加以研究。公共关系学的核心理论应该包括公共关系构成要素、基本原则、工作过程等；公共关系学的应用部分内容最为丰富，其应用因组织目标的不同而呈现出很大的差异性，例如政治性组织与盈利性的经济组织的公共关系就迥然相异，前者的目标往往是施加政治影响，后者则以推销产品或提供服务为宗旨。而群众性组织和非盈利性社会服务机构的公共关系采取的则是另外一种工作方法。如何根据组织的总目标来确定一定时间内公共关系的目标，是公共关系学应用部分的最重要的内容之一。

现在，美国有300多所大专院校开设了公共关系课程，其中80%设在新闻或传播（院）系中。波士顿大学还设立了美国的第一所公共关系学院，并设立了公共关系专业的硕士研究生课程。

在美国，有三家专业的公共关系周刊：《杰克·奥德威尔通讯》、《公共关系记者》、《公共关系新闻》。有两家专门杂志：《公共关系月刊》、《公共关系季刊》。还有一部《公共关系文献目录》，从60年代以来到1978年，共出版了6次。公共关系专著更是不断出现。对公共关系学理论的研究，又推动了公共关系活动的发展。第二次世界大战以后，随着资本主义社会化大生产的高度发展，社会分工日趋多样化、专业化，公共关系工作也作为一种现代化管理方法和专门职业，从工商企业界迅速扩展到政府机构、社会团体、教育、

科学文化部门，并普及到西欧、日本等国。现在，公共关系涉及任何商业性或非商业性组织，上至总统竞选，下至营业员兜售商品，几乎每一项事业的成功无不依赖于良好的公共关系。美国联邦政府各部门每年雇佣 12000 多人搞公共关系，每年的开支多达 10 亿美元。到 80 年代，美国拥有注册的公共关系工作人员约 10 万多人，未注册的相当此数的 2~3 倍。在美国的公共关系人员中，4/5 是大学生，1/5 是研究生。他们所学的专业，以新闻传播最多，其次是经济、管理、市场、广告等。

现在，全美有 1500 余家公共关系专业咨询公司。其中的伟达公司已有 50 年的历史，总部设在纽约，在全球各地设有 52 个办事处以及 67 个联营公司，该公司聘用 1100 名职工为全球 800 多个官方机构和工商企业服务。1978 年，各国公共关系协会第一次世界大会在墨西哥举行。

目前，伴随着改革、开放的东风，公共关系也被移植到中国这片古老的土地上，但是，我们各社会组织中的公共关系机构还是凤毛麟角，怎样结合中国的国情，搞好中国式的公共关系，这是摆在中国人面前的一个迫切的任务。

第二章 公共关系的构成要素

公共关系的主体是一个组织——它或是一级政府，或是某个企业，或是某个团体；它的工作手段则是主要通过传播活动，或求之于人际传播，或借助于一定的媒介进行大众传播，或通过演说等行动的亲身传播；公共关系的对象是公众，或是社会上的某一群体，或是某一企业的职工，或是股东，或是选民；公共关系的工作过程，就是代表某一组织通过传播手段，调节好主体与公众之关系。

第一节 公共关系的主体：社会组织

应该十分明确的是，公共关系不是个人与个人、个人与组织之间的关系，而是指一级组织同公众的关系。社会组织是公共关系的主体。

社会学认为，社会组织是一个社会或一个团体内的各部分相互关系的总体。根据这一解释，社会组织有广义和狭义之分。广义的社会组织是指整个社会，而狭义的社会组织是指社会所属的工厂、学校、医院、政府机关等。我们所说的社会组织的含义，主要指后者。