

公关情报学

GONGGUANQINGBAOXUE

谷建全 杨玉萍等编著



东方出版社

《情报与社会》丛书

《情报与社会》丛书

序 言

当前，世界正在急剧地改变面貌。与过去历史上任何时期相比，我们的时代的特点是发展的高速度，特别是在第二次世界大战后的几十年内，世界各国在社会生活的各方面都发生了很大的变化，无论是社会生产和经济结构、政治体制、人们的社会关系、生活方式，或是思想意识、文化、道德和价值观念，都变得面目一新了。目前这种以紧张的节奏迅猛前进的趋势仍在继续，变革的浪潮势不可挡，而科学技术革命则充当了巨大社会变革的先导，这充分证实了邓小平同志关于“科学技术是生产力，而且是第一生产力”的科学论断，忽视了科学技术的发展，就必然会在国际竞赛场上处于落后挨打的地步。

在现代科学技术的发展中，信息起着极其重要的作用。反过来说，科学技术的进步又大大地促进了信息产业的兴起。由于近些年来微电子技术的迅速发展和普遍应用，工农业生产、商业服务行业、银行金融业、交通运输业、科研文化教育部门、行政管理部门都受到了深刻的影响，信息往往成为必

须优先考虑的决定性因素。在一些经济发达的国家里，从事信息工作的人员数量不断增加，信息业创造的产值在国民生产总值中所占的比重也在日益增长。有人认为，信息因素在近几十年人类文明发展中所引起的变化是整个文明史中最深刻的变化之一。可以说，在现代社会中，如果不广泛依靠反映人类各种活动领域内千变万化的现象的全面、准确而有效的信息，就不可能对经济、社会和政治活动的过程进行有效的控制和管理，因此，在某种意义上，无论是科学技术的进步，或是经济、社会、文化方面的成就，都取决于信息的及时、有效和高质量。对于信息在现代社会中日益增长的作用，我们必须要有正确的认识和足够的估计。

信息技术的发展既向我们提出了严重的挑战，又为我们提供了新的巨大的机会。中国正在进行规模宏大的社会主义现代化建设，正在坚定不移地实行对外开放的政策。我们要振兴中华，不甘落后，赶上世界科学技术革命的洪流，就必须重视信息，大力开发信息资源，使之为四化建设服务。我们必须紧紧抓住世界科学技术革命给中华民族提供的历史机遇，才能跻身于先进国家之林。

近年来，信息和情报在我国已逐渐引起人们的重视，这是一个可喜的现象。这次东方出版社与河南省社会科学院情报研究所的同志们又共同编写和

出版这套《情报与社会》丛书，表明我国学术界在信息和情报的研究方面又取得了新进展。这套丛书从研究情报与社会的关系入手，对企业情报、情报学史、公共关系情报学、情报社会学，以及当代世界政治经济、军事科技领域中的情报战，作了较为全面的探讨和研究，对于提高读者的情报意识，启迪人们的思想，都将起到有益的作用。值此丛书出版之际，谨致以良好的祝愿。

1. 女信

1991年11月于中国社会科学院

目 录

序 言	(1)
第一章 绪 论	(1)
第一节 什么是公关情报学	(1)
第二节 公关情报学的产生与发展	(9)
第三节 研究公关情报学的目的和 意义	(12)
第二章 公关情报的收集与获取	(15)
第一节 收集情报是公关活动的重要 职能	(15)
第二节 公关情报的搜集范围	(17)
第三节 公关情报收集的原则与 步骤	(21)
第四节 公关情报收集的一般方法	(29)
第五节 公共关系调查	(34)
第三章 公关情报的交流	(45)
第一节 公关情报交流是组织与公众 沟通的手段	(45)
第二节 组织外部的情报交流	(49)
第三节 组织内部的情报交流	(52)
第四节 公关情报交流的障碍及 克服	(57)
第四章 公共关系与情报信息传播	(61)

第一节	公共关系情报信息传播与 传播方式	(61)
第二节	公共关系与大众传播媒介	(69)
第三节	公共关系与人际传播媒介	(83)
第四节	选择传播媒介的原则与 时机	(89)
第五节	公共关系广告的情报传递 效应	(95)
第五章	公关情报的加工与整理	(102)
第一节	公关情报加工的意义、原则 与方法	(102)
第二节	公关应用文写作技巧	(107)
第六章	公关情报咨询	(128)
第一节	公关情报咨询与科学决策	(128)
第二节	公关情报咨询的兴起与 发展	(134)
第三节	公关情报咨询的类型与 内容	(141)
第四节	公关情报咨询的程序与 方法	(152)
第七章	公关人员情报意识的培养	(159)
第一节	良好的情报意识是公关人员 的必备条件	(159)
第二节	公关人员的情报教育	(166)

第三节 公关人员情报素养的评价·····	(171)
第八章 公关情报实例荟萃·····	(182)
参考书目·····	(221)
后 记·····	(226)

第一章 绪 论

第一节 什么是公关情报学

公关情报学是一门正在成长中的科学，属于公共关系学与情报学的分支学科，它主要是研究公共关系活动中情报信息的运行特点、规律与方法的一门综合性、边缘性学科。

一、什么是公关情报

在分析公关情报学之前，首先应明确什么是公关情报，因为公关情报是公关情报学中的一个最基本的概念，只要了解了公关情报的含义，也就不难理解公关情报学的产生与发展了。

我们知道，在当今发达的信息化社会里，在日益激烈的社会竞争中，任何一个社会组织都不可能孤立存在，都同周围社会公众之间发生着各种各样的联系，进行着各种各样的交流，无论是联系也好，交流也好，都离不开情报信息的交流与传递，通过情报信息的交流与传递，使社会组织与公众之间保持相互了解、相互信任的融洽关系。因此，我们说，公关情报实际上也就是社会组织在与公众交往联络过程中，为赢得公众的信赖与支持，提高自

身的信誉度和知名度而主动进行交流的种种信息。

由于公共关系状态是一种客观存在的社会关系状态，只要存在着社会交流，那么也就必然存在着公关情报信息的交流与传递。也就是说，在公共关系过程中，人们通过声音、文字、手势、表情、图象等不同的载体形式传递各领域里的诸如新闻、事实、意见、数据、资料等情报信息内容，并以此来表达自己的心愿、希望和见解。

公关情报作为存在于公共关系活动这一特殊社会领域里的社会现象，与其它社会领域里的情报现象，如经济、技术情报相比，有其自身的显著特点：

首先，从内容上看，公关情报主要是反映社会关系状态的，其内容带有一定的感情色彩。例如，社会组织为了树立形象，提高知名度，协调与公众的关系，在公共关系策划中，一方面需要通过各种有效途径收集获取公众对自身的印象、意见、评价等有关内容的情报信息；另一方面，还需要根据公关活动所要达到的目标，选择恰当的传播手段，及时、有效地向公众传递自身的有关情报信息，如组织结构、服务宗旨、战略目标、政策策略等内容。可见在公共关系活动中，无论是收集的情报信息，还是向外传递的情报信息，其内容都是以反映社会关系状态为特征的。

其次，从情报信息的运动方式来看，公关情报信息表现为双向流通。公共关系工作其实质就是组织与公众之间的沟通，能否有效地沟通，取决于组织与公众之间的信息流通，而且这种信息流通，必须是双向性的，既有向外界的信息传播，又有外界信息的反馈与输入。

第三，从情报信息的流通目的来看，公关情报信息的流通，其目的在于传达思想、交换意见、表达观点、交流感情，以及满足需要、实现愿望等，并使之影响他人的态度和行为，使双方建立一定的关系。如将商品信息传递给消费者，目的就在于试图影响或改变消费者的消费态度，从而发生对组织（这里指商业企业）有利的购买行为。

第四，从发生的效益情况来看，公关情报信息的效益与经济技术情报信息的效益相比，不是短时间内马上能够体现出来的，因为公关情报信息的传播工作是一项持久的战略性活动，因此，它所能发挥的效益要通过一个循序渐进的过程才能体现。

二、公关情报的职能与作用

公关情报信息在公共关系活动中起着非常重要的职能作用，其表现为：

（一）情报信息是社会组织与公众之间沟通的媒介。

公共关系学中的社会组织有其特定的含义。它是指人们有意识地建立起来并追求其特定目标和责任的社会单位，它具有一定的组织成员，规范的组织章程，权威的领导系统和组织系统，相应的存在处所和物质技术条件。社会组织按其性质和职能可以分为：经济组织、政治组织、文化组织等类型。公众是指与公共关系主体即社会组织相互联系、相互作用，对组织的产生和发展有着现实或潜在制约力和影响力的个人或组织。公共关系活动的目的是使社会组织与公众之间达成谅解或沟通，具体说，公共关系活动所要达到的目的主要有以下几种情况：

1. 社会组织与公众之间原来不了解到现在相互了解。

2. 公众原来对社会组织有误会，到现在完全谅解。

3. 公共关系主、客体双方原来关系紧张，到现在在双方关系缓和。

4. 社会组织与公众之间由原来关系一般到现在关系密切。

5. 由原来双方相互怀疑，到现在双方相互依赖。

总之，一句话，公共关系活动的目的就是要达到与社会公众的沟通。而这种沟通靠什么？靠的就

是情报信息，也就是说，在公共关系实践中，社会组织既要通过某些渠道及时地向公众传递有关组织的各种情报信息，同时，又将通过信息反馈，及时收集公众对社会组织的意见、建议、态度等有关的情报信息，通过情报信息的双向交流，促进组织与公众的相互了解、信任和合作。由此可见，情报信息在公共关系活动中，对于沟通人们之间的思想感情起着非常重要的媒介作用，可以想象，如果没有情报信息的沟通、组织与公众之间的关系要朝着人们所期望的良好状态发展是很困难的。事实上，在公共关系活动中，组织与组织、组织与个人、个人与个人之间的交流过程就是情报信息的传递过程，通过情报信息的传递，不断表达自己的心愿、希望或见解，使彼此之间达成某种程度的谅解，从而形成一个稳定的、和谐的社会环境。

（二）情报信息活动是公共关系活动的重要内容。

公共关系活动离不开情报信息活动。没有情报信息的收集、传播交流、加工整理、咨询预测等内容，公共关系活动也就无从谈起。

1. 收集信息。收集信息是公共关系工作的基础。公共关系工作的目的是树立良好的组织形象，建立良好的组织信誉，获得公众的信任、理解和支持。为了实现这一目的，社会组织就必须首先了解

自己在公众心目中的形象、地位以及公众对组织每项活动的反应情况，只有掌握了有关这些方面足够的情报信息，才能有的放矢地制定符合实际的公关策略，提高公关活动的成效，否则，公关活动就只能成为无源之水，无本之木。

2.传播情报信息。传播情报信息是公共关系工作又一重要内容，公共关系活动实际上是一种双向的情报信息交流活动，除了通过广泛的情报信息收集渠道，将组织外部的种种情报信息输入组织内部外，还要通过各种传播渠道，诸如报刊、广播电视、展览、座谈等宣传介绍组织本身的结构、行为目标、政策措施、产品特色、服务宗旨等，使公众对组织有一个充分的了解和认识。唯有如此，才能博得公众的信任和理解，得到公众的真诚合作与支持。

3.咨询建议。公共关系的基本职能之一是为领导决策提供情报咨询，发挥参谋作用。我们知道，领导决策必须有充分的情报信息作依据，公共关系的主要任务就在于在充分占有大量情报信息的基础上，通过周密的公关调查，为领导决策提供详尽的有关公共关系方面的情报咨询资料，如组织的知名度、信誉度、公众的需求意向、外部社会环境变动预测以及决策的评估等。此外在决策方案的施实过程中，公共关系部门还需要利用自己的公众网络和

内外沟通渠道，对正在实施的决策进行追踪、监测、反馈等。

4.情报信息的加工整理。情报信息工作贯穿于公共关系工作的整个过程，既然有公关情报的收集、传播、反馈等内容，自然也离不开公关情报的加工、整理。在公共关系活动中，无论是收集情报信息，还是传播情报信息，都需要对其进行加工整理，以去粗取精，去伪存真。可以想象，如果没有加工、整理这一情报工作过程，公关活动中的情报信息交流与沟通就不可能达到预定的目的，甚至可能会由于情报信息的虚假而导致公关计划的失败。总之，公共关系行为离不开情报信息活动，情报信息活动构成了公共关系活动的重要内容。

（三）公关人员情报行为科学与否直接关系到公共关系工作的成效。

情报行为，一般说来，就是指情报信息活动的方式、方法。在公共关系活动中，情报行为即情报信息的传递质量直接影响着公关的成效。因为，情报信息的交流与传递对于双方的顺利沟通起着非常关键的作用，如果只有良好的情报信息内容，而无恰当的情报信息传递渠道或良好的传递媒介，或者有良好的情报信息传递渠道和媒介，而无良好的情报信息内容等都会直接影响到沟通的效果。此外，在情报信息的交流中，情报信息内容的客观性与针

对性，情报信息的收集与整理，情报信息传递的时机与方式等对社会交流的效果都起着至关重要的作用。可见，在公共关系实践中，所涉及到的同情报理论与方法相关的情报收集，情报分析与整理，情报交流，情报传递和传递渠道选择，情报反馈，情报咨询，公关人员情报意识培养等情报行为的科学与否，都对公共关系工作的成效有着直接的影响。

三、什么是公关情报学

通过上面的分析，我们可以给公关情报学下一个定义。公关情报学就是运用情报学的基本原理与方法，研究公共关系活动中情报收集、传播、交流、加工等诸环节的原理与方法的科学。从这里我们可以看出，公关情报学的研究对象就是公共关系活动中的情报问题。

由于公共关系活动遍及社会生活的各个领域，不仅经济领域、政治领域、文化领域、科学技术领域有，而且国家与国家之间的外交领域也有，因此，也可以说，公关情报是充满于社会各个领域里的一种社会现象，大至国际范围内，小至一个工厂企业，工人与企业领导，工人与工人之间的交往等都充满着错综复杂的公关情报。基于这一点看，公关情报学中所研究的情报问题要比其它领域比如科技领域里的科技情报，经济领域里的经济情报等多

得多，复杂得多。由此，公关情报学可以说是一门综合性比较强的应用学科，与它相关的学科比较多，除了公共关系学与情报学外，与之比较密切的学科还有社会学、传播学、行为学、心理学、新闻学、语言学等，这些学科都从不同方面为深入探讨和不断完善公关情报学的基本原理、主要观点、理论结构、科学体系、研究方法等提供了充分的营养，使之得以能够迅速成长为一门学科。

第二节 公关情报学的产生与发展

公关情报学的产生与发展是同公共关系实践活动的不断加强分不开的。公共关系行为作为一项重要的社会实践活动，虽然可以说是自古有之，但成为一种独立的社会活动，则是出现于 19 世纪后期。这时资本主义商品经济已经得到迅速发展，随之而来的是资本主义民主政治的兴起，这两个方面为现代公共关系的产生奠定了实践基础。而公共关系中的情报活动是伴随着资本主义民主政治的发展而发展的，其中最典型的要数总统选举中的公关情报活动了，如美国 19 世纪末以来的历届总统选举，都把公共关系及情报信息传播策略当作竞选活动的重要内容，各竞选党派为了能在总统选举中战

胜对方，都成立了规模庞大的竞选班子，制定系统的公关对策，一方面通过发表竞选演说，举行记者招待会，报刊载文等多种情报信息传递渠道，大肆传播本党派的政治主张，以引起公众的共鸣，求得公众的信赖和支持；另一方面雇佣大量的新闻记者，以采访为名，刺探竞争对手的公关信息，然后针对对方的薄弱之处，以实攻虚，削弱对方，树立自己的形象。以上可见，在最初的公关实务中，无论是情报信息搜集，还是情报信息的加工、处理、传播等都已成为公关活动的重要内容。

随着资本主义商品经济的发展和社会竞争的加强，公共关系活动从政治领域迅速扩展到工商业活动中，在公共关系实践中，情报信息的作用得到进一步加强。20世纪初当美国经济由自由竞争转变为寡头垄断之后，垄断资本家依靠其垄断手段，巧取豪夺，搜刮民脂民膏，根本不顾及广大消费者的利益。在这种情况下，一批有正义感的新闻记者经常针对大垄断资本家坑害消费者利益的丑行，通过报刊等大众传播渠道予以曝光。开始大资本家依仗垄断势力，对此不以为然，仍旧我行我素，随着丑行信息曝光量的不断增加，广大消费者纷纷抵制大资本家的经济行为，从而严重损害了大资本家们的经济利益。经过一段时间的对峙之后，垄断资本家们终于认识到了企业形象、社会舆论尤其是关于企