

教育部教育管理信息中心书刊中心组编  
新世纪高等教育系列教材(经济管理类)

# 公共关系原理与实务

总主编 汪贤武  
主编 刘国柱  
副主编 王培才

人民出版社

摇摇责任编辑 陈寒节

责任校对 湖摇摇

装帧设计 冰木时代(北京)图书中心

图书在版编目(CIP)数据

公共关系原理与实务 刘国柱主编;

原北京:人民出版社 2003年 9月

陈尸身 2003年 9月 21日

I 援公...

II 援小...

III 援公共关系学 原高等学校 技术学校 原教材

IV 援总图类

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 000000 号

## 公共关系原理与实务

刘国柱 陈寒节 湖摇摇 冰木时代(北京)图书中心 陈尸身 2003年 9月 21日

刘国柱 湖摇摇 主编

人民出版社 出版发行

(湖摇摇 北京朝阳门内大街 湖摇摇号)

北京京丰印刷厂印刷 湖摇摇新华书店经销

湖摇摇年 湖摇摇月 湖摇摇日 第 湖摇摇版 湖摇摇年 湖摇摇月 湖摇摇日 第 湖摇摇次印刷

开本 湖摇摇毫米 伊湖摇摇毫米 湖摇摇张 湖摇摇

字数 湖摇摇千字 湖摇摇印数 湖摇摇册

陈尸身 2003年 9月 21日 湖摇摇定价 湖摇摇元

邮购地址 湖摇摇北京朝阳门内大街 湖摇摇号

人民东方图书销售中心 湖摇摇电话(湖摇摇) 湖摇摇 湖摇摇 湖摇摇

## 出版说明

随着我国社会主义市场经济的发展,近五年来高等职业教育得到了超常规发展,高职教育已成为我国高等教育的半壁江山。虽然高职教育的社会定位已经明确,但由于定位时间短,许多课题都在探索之中,教材已成了高职教育的瓶颈。许多高职院校仍在选用本科或专科教材,匆匆编写的教材或多或少还是遵循学科的体系,往往不是本科教材的“压缩饼干”,就是中职教材的“膨化食品”,真正能够体现高职教育特点的教材微乎其微。据此,我们于 1999 年根据高职教育的定位,组织制订了 15 个专业的教学计划;于 2000 年组织制订了 15 个专业 12 门主干课的教学大纲;于 2001 年组织编写“财务会计”、“市场营销”、“旅游管理”、“电子商务”、“计算机应用”和“粮食工程”远 6 个专业 12 门主干课的教材,2002 年又组织编写上述专业第二批教材及公共课教材。我们要求上述教材充分体现高职教学特点,以职业岗位知识、能力来决定课程内容,注重理论的应用,不过分强调理论的系统性、完整性,突出细化关键职业能力和课程实训。同时,教材编写要注意中职与高职的差别与衔接以及高等教育与高职教育的差别。在遴选主、参编人员时,除了从教时间和职称要求外,优先考虑“双师型”作者。

经过一年多的努力,远 6 个专业 12 门主干课的教材相继出版,我们殷切希望各高职院校在使用过程中不断提出宝贵意见,以便使这批教材更臻完善,进一步适应高等职业教育人才培养的需要。

中国商业高等职业教育研究会

2002 年 12 月

# 新世纪高等教育系列教材(经济管理类)(第一辑)

## 编审指导委员会

主任委员 钱建文

委员(以姓氏笔划为序):

方光罗 王金台 孙瑞新 杜明汉

李明泉 李显杰 张大成 张百章

张 锋 沈耀泉 陆一梁 周锦成

胡有为 俞吉兴 胡燕燕 钱建文

曹少华 程 思

# 编审说明

随着我国社会主义市场经济的进一步发展和对外开放程度的不断提升,我国企业不仅面临着国内市场竞争的压力,同时也明显感受到国外工商企业抢滩中国市场咄咄逼人的攻势。要想在激烈的市场竞争中生存和发展,企业必须实行现代化管理。而现代化管理并非仅仅是物资设备的现代化,而且包括管理思想、管理手段的现代化。就我国目前的生产力水平而言,后者显得尤为重要。本书所涉及的公共关系——塑造组织形象的艺术,正是这样一种既包含科学性又富有现实性和可行性的现代经营管理手段。为适应高等院校(含高职高专、成人高校)教学需要,我们编写了这本《公共关系原理与实务》教材。

本书系 21 世纪高等教育系列教材(经济管理类)主干课程教材之一。为保证教材质量,我们在全中国范围内遴选熟悉专业的学科骨干担任主干课程大纲的编写工作。根据编写要求,教学大纲制定人先后两次集中讨论了主干课程的教学大纲,并就相关课程的内容交叉、重复问题进行了讨论,统一了认识。会议认为应避免内容重复交叉,凡有重复的课程,应以先出现的或专业位置重要的课程为主,在其他课程中则尽量删掉或简化。在统一认识的基础上,对各门课程交叉内容进行了界定。在对大纲进行两轮修订后,教材大纲审定会审议通过了《公共关系原理与实务》课程教学大纲。

在此基础上我们组织具有丰富教学经验的专业骨干教师进行教材编写。本书由刘国柱主编,王培才担任副主编。参编人员分工如下:刘国柱(第一、二、六章),张显萍(第三、七章),陈福明(第四、五章),王培才(第八、十章),田玉来(第九章)。最后由刘国柱总纂定稿。

本书特点是将公关知识与公关实际操作融合在一起,在使学生对公关知识做到够用的基础上,重点突出了公关实际操作能力

的培养。

经审定,本书可作为高等院校(含高职高专、成人高校)公共关系课程教材,也可作为大中专层次经营管理人员、职工、学生自学教材。

本书在编写过程中,得到教育部教育管理信息中心书刊中心、中国商业高等职业教育研究会的大力支持,在此表示谢意。

新世纪高等教育系列教材编审指导委员会

二〇〇二年 九月

# 目 录

第一章 公共关系概述 .....	(1)
第一节 公共关系的产生和发展 .....	(1)
第二节 公共关系的概念 .....	(1)
第三节 公共关系辨析 .....	(1)
案例分析 .....	(1)
本章小结 .....	(1)
第二章 公共关系的基本职能和原则 .....	(1)
第一节 公共关系的基本职能 .....	(1)
第二节 公共关系的工作层次 .....	(1)
第三节 公共关系活动的基本原则 .....	(1)
案例分析 .....	(1)
本章小结 .....	(1)
第三章 公共关系的构成要素 .....	(1)
第一节 公共关系的主体——社会组织 .....	(1)
第二节 公共关系的客体——公众 .....	(1)
第三节 公共关系的中介——传播 .....	(1)
案例分析 .....	(1)
本章小结 .....	(1)
第四章 公共关系人员与机构 .....	(1)
第一节 公共关系意识 .....	(1)
第二节 公共关系人员 .....	(1)
第三节 公共关系机构 .....	(1)
典型案例 .....	(1)
本章小结 .....	(1)
第五章 组织形象的管理 .....	(1)
第一节 组织形象概述 .....	(1)
第二节 良好组织形象的塑造 .....	(1)
第三节 组织形象的维护与创新 .....	(1)

典型分析·案例分析 .....	( 员缘)
本章小结 .....	( 员圆)
第六章 公共关系调查和策划 .....	( 员圆)
第一节 公共关系调查与分析 .....	( 员圆)
第二节 公共关系策划 .....	( 员)
第三节 公共关系策划与创造性思维 .....	( 员)
案例分析 .....	( 员)
本章小结 .....	( 员)
第七章 公共关系传播 .....	( 员)
第一节 公共关系与传播 .....	( 员)
第二节 新闻性传播媒介 .....	( 员)
第三节 组织自办媒介宣传 .....	( 员)
第四节 公共关系广告 .....	( 员)
典型案例·案例分析 .....	( 员)
本章小结 .....	( 员)
第八章 公共关系沟通与协调 .....	( 员)
第一节 与内部员工关系的沟通与协调 .....	( 员)
第二节 与消费者关系的沟通与协调 .....	( 员)
第三节 与其他外部公众关系的沟通与协调 .....	( 员)
典型分析·案例分析 .....	( 员)
本章小结 .....	( 员)
第九章 公共关系专题活动 .....	( 员)
第一节 社会工作与活动 .....	( 员)
第二节 专题活动 .....	( 员)
第三节 礼仪 .....	( 员)
案例分析 .....	( 员)
本章小结 .....	( 员)
第十章 公共关系危机处理 .....	( 员)
第一节 公共关系危机概述 .....	( 员)
第二节 公共关系危机的管理与应对 .....	( 员)
案例分析 .....	( 员)
本章小结 .....	( 员)
主要参考文献 .....	( 员)
后摇记 .....	( 员)

# 第一章 公共关系概述

## 学习目标

通过本章学习,了解公共关系产生的条件、不同发展阶段的特点;理解公共关系与相关学科的关系;掌握公共关系的定义及其内涵;了解公共关系学的研究对象;理解公共关系在我国兴起的必然性。

重点:公共关系的定义。

难点:公共关系与相关学科的关系。

随着我国市场经济的飞速发展,企业间的竞争也日趋激烈,并逐渐由价格战转到质量战,进而上升到企业整体形象的比拼。为了企业的生存和发展,有远见、善于谋划的企业家们纷纷借助公关知识等来提高企业的知名度和美誉度,树立良好的企业形象,以赢得消费者的青睐。然而在这旷日持久的企业形象大战中,起着举足轻重作用的公共关系是什么呢?让我们一起来撩开这神秘的面纱。

## 第一节 公共关系的产生和发展

美国是公共关系的发源地,因而追述公共关系的发展史,通常是从美国公共关系的出现开始的。但事实上,具有公共关系意义的活动和与公共关系观念相似的思想,却能在人类文明史的不同发展阶段或多或少地看到,我们可以把它们视为公共关系最古老的历史渊源。以历史为线索去发掘公共关系的源流,不是为了牵强附会地给人类在历史上的种种活动都贴上公共关系的标签,而是帮助我们在历史与现实的比较中进一步深刻认识现代公共关系的特征;同时也让我们通过历史的启迪,去更深刻地认识公共关系的广阔天地。

### 一、公共关系的史前史

所谓公共关系的史前史,是指在 20 世纪现代公共关系出现之前,在人类社会生活中就出现的具有公共关系意义的活动和与公共关系观念相似的思想。这段漫长的历史在欧洲是从古希腊罗马时期、欧洲中世纪一直延续到资

产阶级革命时期,在我国是从先秦一直延续到近代。

### (一)古希腊罗马时期

在古希腊罗马时期,由于实行奴隶主政治,奴隶主阶级和平民阶级的男子拥有选举权,在他们之间可以较为平等地讨论有关国家的公务问题。加之当时实行城邦共和国制,没有形成牢固的专制集权制度和统一的神权思想,这就使我们可以从当时人们的以下行为中发现具有公共关系性质的活动。

#### ■诗人的活动

早在古希腊时期,诗人的活动已开始具有某些公共关系色彩。一些诗人以专写赞美诗为生。有韵律的赞美诗便于记忆和流传,有钱的贵族便雇人写赞美诗来树立自己的形象。这种手法虽然不值得效尤,但它却对现代公共关系的早期发展产生了影响,也使写赞美诗的希腊人成了最早的宣传人员。有鉴于赞美诗具有蛊惑人心的作用,古希腊著名哲学家柏拉图在他的名著《共和国》中特别提出,应禁止所有的诗歌,只有为政府作赞美诗可以例外。后来人们认为,柏拉图的这一提议,可以看做是历史上第一个试图用政府控制大众传播媒介的例子,具有提倡政府公共关系活动的形式,使之更精巧地渗透于大众生活之中,发挥其影响和左右舆论的作用。当时有一位名叫维吉尔的诗人作了一首题为《田园诗》的赞美诗。从表面上看,这首诗是在赞美乡村生活和人们在大自然怀抱中感受到的无穷乐趣,但其实是维吉尔受政府委托而写的,真正目的是要奉劝人们离开日益拥挤的罗马城,迁居乡村,以减轻罗马城的人口压力,增加农业人口,让更多的人为罗马城生产粮食。这一事例表明,类似政府公共关系活动的行为在罗马时期已经出现。

#### ■政治家的自我宣传活动

古希腊罗马时期的政治家都十分重视自我宣传,他们不失时机地利用公众集会、元老院会议和各种公众活动场所发表演说,鼓吹自己的德行和政绩,扩大自身的政治影响力。罗马时期的恺撒堪称这一方面的楷模。恺撒公开宣称,一切时间和空间都为他的政治野心服务。他为了扩大自己在罗马城的影响,在其率领罗马军团远征高卢作战时,不断派人把他和军队的情况写成报告用快马送往罗马城。这些报告在语言上注意通俗化、生动化,富于渲染性,结果在罗马广场上被人们争相传诵,恺撒的声望因此得以不断提高。与此同时,恺撒还把从高卢征战中虏获的大量财富用于举行公共娱乐活动,向平民发放粮食,收买那些没落但拥有选举权的罗马公民。所有这些活动都产生了树立恺撒形象的效果,这为他后来凯旋罗马城,击败政敌,登上军事独裁地位准备了必要条件。今天,恺撒留下的那本《高卢征战记》,被国外一些公共关系专

家誉为“第一流的公共关系”。

### 智者研究说话技巧的活动

古希腊的智者被定义为“聪明的人”。他们是一批专门传授讲话技巧的教师,其本身往往是当时赫赫有名的雄辩家。在古希腊时期,由于文盲率极高,写作工具极其简陋,传播方式单一,人们的相互交流大多依赖于面对面的交谈。加之当时上法庭打官司必须由当事人亲自发言,官司的胜败往往取决于演说人能否说服包括法官在内的所有听众,这就使当时的人们十分注重钻研说话技巧。智者便应运而生,成为熟谙说话技巧的能手。他们的活动最早提醒人们,说话技巧是一种影响舆论的武器。直至今日,具有较强的语言运用能力仍然是现代公共关系对公共关系人员的基本要求之一。

### 早期基督教的宣传活动

公元1世纪到公元4世纪左右,基督教产生。虽然它在问世之初备受当时罗马统治者的迫害,但却流传日广,最终上升为官方神学。早期基督教能在困境中获得发展,除了当时的各种社会因素作用外,还与它的宣传活动分不开。对于福音传教士来说,信件、集会、罗马的大道、皇帝的敕令和各民族语言等,凡是在罗马帝国时期能够利用的一切手段和一切大众传播媒介,他们都大规模地加以利用。他们采用隐喻、谜语、寓言、格言等文学形式来宣传教义,创造各种离奇神话和故事来扩大基督教的影响,还精心设计自己的组织符号。当时,古罗马帝国惯用十字架作处死奴隶和无罗马公民权的人的残酷刑具,福音传教士们便尊十字架为信仰标记,昭示他们无畏的殉教精神。这对广大下层人民造成了极大的心灵震动,从而为基督教树立起了过目难忘的形象,使那时的传教士成为杰出的劝服者。直到今天,人们在研究公共关系的劝服方法时,还一再提起他们。

在人类文化史上,古希腊罗马时期是一个文化辉煌发展的时期。这使我们能够发现许多具有公共关系性质的活动。然而需要指出的是,这种所谓具有公共关系性质的活动又绝不等于现代意义的公共关系,而只是现代公共关系在历史上最早的雏形而已。与现代公共关系相比较,这种历史上最早的公共关系雏形在传播方式上过于单一,主要依赖于面对面的交流形式;它的领域也很狭窄,只局限在日常生活、宗教传播和政治活动中,与经济行为的联系不多;它的组织性既不完整也不严密,远不能构成一种特定的社会行为。作为历史遗产,它主要表明了现代公共关系在人们社会生活中的历史渊源,并给现代公共关系提供一些方法论的思考。

## (二)中国古代社会

从先秦到近代,中国经历了漫长的奴隶制和封建制社会,尤其是封建主义社会,经历了两千多年的长夜。在此期间,公共关系的产生和发展自然无从言及。但是,中华民族文化的发展又并非是世界文化发展的断层。在我国古代社会中,仍不乏具有公共关系性质的观念和活动,这可从奴隶制末期和封建主义时期的政治、经济和人际交往等领域中看到。

在政治领域,中国古代政治家们有关治国安邦的思想和活动,与公共关系的观念和活动在某种一致之处。虽然所谓治国安邦的思想和活动在中国古代社会主要是用于维护封建专制主义制度的,但它们包含的某些处理人际关系的艺术、某些塑造形象的方法,仍可视为现代公共关系值得借鉴的历史经验。具体来讲,主要有如下几点:

(员)开放言路以求治国方略。在中国封建社会,通行“民可使用之,不可使知之”的愚民政策。但也有少数杰出的政治家主张统治者要注意与下属和百姓的沟通,及时了解广大国民对国家大政方针的态度,在此基础上兴利除弊,制定和调整政策,以确保实行有效的统治。春秋时代,郑国正卿公孙侨(子产)不毁乡校的事例,便是这方面的一个典型。当时的乡校是学生读书之地,有人以乡校多出流言、于统治者不利为由,建议公孙侨取缔乡校。公孙侨则认为,乡校具有反映民意的作用,乡校流出的议论是:“其所善者,吾则行之;其所恶者,吾则改之。是吾师也,若之何毁之?”公孙侨敢于创议政风气的行为,成为中国历史上的千古美谈。

(圆)广结善缘以化干戈为玉帛。中国古代不少杰出的政治家主张要善于在政治斗争、军事斗争中争取盟友,树立自己容贤纳良的形象,以便不断扩大自身的力量,瓦解敌人队伍。三国时诸葛亮七擒七纵孟获,精诚所至,金石为开,最终使孟获归顺汉室,成为蜀汉盟友。

(獭)注重治心以保江山长治。如何收揽民心以确保江山永年,历来是明智的统治者、政治家和思想家所关注的问题。先秦时的荀况就提出:“君者,舟也;庶人者,水也。水则载舟,水则覆舟。”到唐代,魏徵告唐太宗曰:“载舟覆舟,所宜深慎。”明朝王阳明又讲:“破山中贼易,破心中贼难。”为了达到收揽民心的目的,中国历史上不少统治者经常故作姿态。如曹操坐骑入田,割发代首,以示与将士同法;朱元璋即位之初减膳食素,以示与天下同苦;皇帝们在大灾之年下“罪己诏”告于天下,以稳定民心,如此等等,不胜枚举。

在经济领域,中国古代商人们在实践中形成的许多商俗、销售技巧,至今仍被公共关系的行家们所推崇。例如,中国古代商人十分注重商家的标志——店铺招牌。他们在店铺招牌的制作上不拘一格。店铺招牌分实物招

牌、模型招牌、灯具招牌和匾牌招牌等多种类型,通过不同的招牌来表示行业特征、经营商品门类、店铺本身的历史和特点。这些店铺招牌的自我宣传色彩极浓,有利于吸引顾客,树立自身形象。又如,中国古代商人将广告制成告示来张贴,编制歌诀、顺口溜,以吆喝、敲、弹、唱等方式来宣传商品的特点、优点,从而为自己的买卖活动创造良好的舆论。再如,中国古代商人们每逢店铺开市之际,必有一番庆祝活动,通过放鞭炮、接贺联、赏乞儿、挂匾额、宴请乡亲邻里和同仁等活动来招引顾客注意,向公众表示善意,致力形成有利的社会环境。虽然所有这些还只是小生产条件下的商业行为,不可与现代经营活动同日而语,但以现代公共关系观念来认识,它们对于今天开展公共关系宣传不无可借鉴之处。

在人际交往中,中国古代社会沿袭下来重人事、重礼义的传统。这种传统一方面成为维系封建制度的精神力量,另一方面对后世人们开展文明的社会交往活动产生了积极的影响。

从整体来看,中国古代社会的“准”公共关系思想和活动的水平虽然与现代公共关系相距甚远,但在大多数时期并不低于同时期欧洲各国的情况。中国公共关系水平的落后,是与中国在近代之后沦为半殖民地半封建社会的遭遇连在一起的。

## 二、公共关系的产生

1876年,美国人艾维·李在美国开办了一家正式的公共关系事务所,标志着现代公共关系的问世。

现代公共关系问世的背景是19世纪末美国新闻揭露运动的高涨。新闻揭露运动史称“扒粪运动”,它以揭露工商企业的丑闻和阴暗面为主题。

19世纪末期,美国进入垄断资本主义时代,垄断财团占据了社会的大部分财富。这个时期成了资本主义巨商横行的时代。他们不择手段地榨取剩余价值,肆无忌惮地搜刮民脂民膏,一切活动只以攫取最大利润为宗旨,全然不顾广大民众的利益和最起码的社会道德准则。在这个时期,由于经济危机频频爆发,不仅广大劳动人民的生活步履维艰,一大批较小的企业也在垄断财团的疯狂兼并活动中惶惶不可终日。整个社会阶级矛盾日益激化,各个阶层、各个集团的利益冲突日益尖锐。在大众生活中,充满了对工商寡头们的敌意。在这种情况下,终于爆发了新闻揭露运动。当时新闻界的一些作家和记者愤然以笔代枪,向垄断财团的不法行为开火,掀起了揭露奸商丑行的揭丑运动。在不到7年的时间里,各种报纸杂志就发表了两千多篇这方面的文章,搞得许多大资本企业声名狼藉。垄断财团最初试图使用他们惯用的高压手段来平息

舆论。他们先对新闻界进行恫吓,提出要起诉新闻界的诽谤罪,继而又以不在参与“揭露运动”的报刊上登广告相威胁;在这些都未见效时,他们又变换手法,以贿赂为武器。一些大公司和财团公开出资雇用记者创办自己的报刊,效仿20世纪报刊宣传活动的手法,耸人听闻地杜撰有利于工商巨子们的新闻。而对在他们公司、企业中出现的问题则百般遮掩,实在难以回避时也闪烁其词,尽力狡辩。如此所为的结果适得其反,公众对垄断财团的敌意与日俱增。在这种情况下,以“说真话”、“讲真情”来获取公众信任的主张被提出来了,并越来越赢得工商界人士的赞同。艾维·李就是持“说真话”主张的代表人物。

艾维·李早年毕业于普林斯顿大学,曾任《纽约日报》、《纽约时报》等几家报纸的编辑。他认为,一个组织、一个企业要获得好的声誉,不是依靠向公众封锁消息或者以假情况来愚弄公众,而是必须把真情披露于世,把与公众利益相关的所有实情都告诉公众,以此来博取公众对组织的信任。如果真情的披露确实对组织、企业不利的話,那就应该调整组织、企业的行为,而不是去掩盖真情。一个企业的管理者与员工及其他社会组织处于紧张的摩擦状态,往往是由于这个企业的管理者不注重与公众相沟通造成的。要建立一个组织良好的公共关系,最根本的信条是:“公众必被告知”,“说真话”。

1905年艾维·李开办了一家正式的宣传咨询事务所,成为向客户提供公共关系咨询而收取费用的第一个职业公共关系人。他在1906年向新闻界发表了阐述其活动宗旨的《原则宣言》。他说:“我们的责任,是代表企业单位及公众组织,就公众关心并与公众利益相关的问题,向新闻界和公众提供迅速而真实的消息。”

艾维·李的这一《原则宣言》,成为体现他的基本思想的重要文献。在实际中,艾维·李身体力行自己的公共关系观念。他经常免费向报界提供新闻公报,并且总要在公报上注明作者和他所代表的组织的名称;他在洛克菲勒财团面临公共关系极端恶化的状况时,为其提供了成功的公共关系咨询,建议洛克菲勒财团邀请劳工领袖协商解决劳资纠纷,建议洛克菲勒财团广泛地提供慈善捐赠,改变自己的形象;他在处理宾夕法尼亚州铁路公司发生的人员伤亡事故时,果断采取公布事故真相、向死难者家属提供赔偿、为受伤者支付医疗费、向社会各方道歉等措施,把一个惨案的处理变成了公共关系的一次胜利。在实践中,他成为蜚声社会的公共关系专家。

由于艾维·李既是开办公关行业的先驱,又将公共利益与诚实的精神带进了公共关系领域,并且热情地付诸实践,因此,他被后人誉为“现代公共关系之父”。艾维·李的出现,被视为现代公共关系产生的标志。自此之后,公共关系不仅成为一种独立的社会职业,而且朝着科学化方向疾步前进。

### 三、公共关系学的发展

艾维·李开创了现代公共关系,但由于当时社会条件的限制,他对现代公共关系发展所起的作用还是有限的。其明显的不足之处在于,他虽有丰富的公共关系实践,但没有提出系统的公共关系理论。尽管就公正的历史评判而言,不能就此苛求艾维·李,但这对现代公共关系的发展又的确是一个无法回避的问题,真正的公共关系,只有在系统理论的基础上形成系统的社会行为,才是有名有实、有生命有前途的。19世纪 40年代,另一位现代公共关系的先驱,美国人爱德华·伯内斯从理论上给予了现代公共关系以系统武装,从而使现代公共关系实现了学科化。

爱德华·伯内斯从 1908年起,受聘于福特汽车公司,担任公共关系经理。在美国参加第一次世界大战后,他又在威尔逊总统成立的官方公共关系机构“克里尔委员会”中担任委员,负责向国外的新闻媒体提供关于美国参战情况的背景解释性材料。第一次世界大战结束后,他和夫人在纽约开创了公共关系公司。1916年,他出版了论述公共关系理论的《舆论明鉴》,这是公共关系学的第一部经典专著。同年,他在纽约大学首次讲授公共关系课程,并在其后又完成了另外几部公共关系著述和教科书。

爱德华·伯内斯对公共关系职业化、学科化作出了极为突出的贡献。他不仅写了第一部公共关系专著,并率先在大学开设公共关系课程,而且以其理论阐释,提高了公共关系的水准。在《舆论明鉴》一书中,他第一次提出了“公共关系咨询”有两种作用:一种作用是向工商业组织推荐它们应采纳的政策,这种政策的实施可以保证工商业组织的行为符合社会利益;另一种作用是把工商业组织执行的合理政策和采取的有益社会行为向社会广泛宣传,帮助工商业组织赢得公众的好感和支持。爱德华·伯内斯的这一思想,明确肯定了公共关系的职责之一是要向组织提供政策咨询,而不仅仅是向社会作宣传。这种见解就比艾维·李等人的见解前进了一步。基于上述思想,他提出公共关系的整个活动过程包括从计划到反馈最后到重新评估等五个程序。他强调指出,在一定科学理论指导下的劝说活动才真正具有威力。爱德华·伯内斯在理论上所作出的贡献,对于公共关系学科化的形成具有里程碑的意义。自他之后,公共关系开始真正成为一门科学。

1920年,《芝加哥论坛报》发表社论,强调指出,公共关系已成为一种专门职业,它既是一种管理艺术,也是一门科学,社会各界必须重视公共关系。《芝加哥论坛报》这一社论的发表,被视为公共关系学科化形成的标志,也是现代公共关系理论和实践形成系统的标志。

## 四、公共关系走向世界

美国是公共关系的发源地,因此在世界各国中,美国的公共关系事业也最兴旺。自1955年,在美国公共关系理事会和美国全国公共关系理事协会合并的基础上成立美国公共关系学会以来,美国的公共关系事业有了长足发展。据《商业周刊》的统计,1980年美国有100万名公共关系从业者和1400多家公共关系咨询公司。《幸福》杂志估计,1977年公共关系私人从业者达100万人。美国舆论研究公司的一项研究发现,美国拥有1000万美元以上资产的公司中,80%有公共关系部或者外聘公共关系顾问。这些公司为公共关系提供的全部预算每年超过了100亿美元。1980年美国的公共关系从业人数达100万人,其中有100万人是美国公共关系学会会员。全美国数千家各种类型公共关系公司遍及政治、经济、文化、科学等各个领域,涉及到调查、咨询、传播、公共关系实务等各个方面。在美国的各个大学中普遍开设了公共关系学课程,许多学校还设置公共关系学系或公共关系学专业。美国联邦政府雇用了10000多人处理日常的公共关系,每年公共关系经费支出达100亿美元。正如日本金融界一位巨头所说,公共关系在美国已经由企业家手中的小玩具发展成企业家所必须采用的政策,变成了企业家的重要哲学。

西欧各国的公共关系在第二次世界大战后也开始发展起来。战后的经济重建和繁荣,民主意识的觉醒,市场竞争的激烈化,美国公共关系事业的欣欣向荣和成功,推动了西欧各国公共关系的发展。英国公共关系协会于1955年在伦敦成立,现为欧洲最大的职业公共关系组织,拥有来自100个国家和地区(以英联邦为主)的10000名会员。英国公共关系协会被认为是发展公共关系教育的国际先行者,它的会员曾到亚洲、非洲、欧洲等100个国家讲学。英国办有四大大型的公共关系刊物,开设有专门的公共关系学院和学校。法国于1955年成立了公共关系协会。法国一开始就把公共关系当做一门新兴科学,在学校中设立了公共关系学专业,聘请有经验的公共关系专家任教。在实践中,法国的公共关系人员发现组织客户、记者、市民、员工家属到企业参观,对建树组织良好形象、扩大知名度、提高美誉度、搞好社区关系效果尤佳。因此特别重视开放企业,扩大企业的透明度。联邦德国和意大利等国的公共关系始于企业对传播关系和社区关系的重视。它们与法国相类似,积极推行开放企业的公共关系计划,注意培养素质较高的公共关系人员。在实践中,它们都丰富了公共关系的技巧和理论。其中著名的公共关系事例有法国白兰地的远征美国、意大利航空公司开通日本航线等。英、法、比、荷、联邦德国、希腊等国还联合起来成立了欧洲公共关系中心,以协调各国的公共关系工作。

国际公共关系的热潮,也波及到拉丁美洲许多国家,如墨西哥、秘鲁、巴西等国,加拿大则早在1957年就在蒙特利尔和多伦多成立了第一批公共关系协会。许多企业有专职公共关系人员,大学开设了公共关系课程。1959年,墨西哥公共关系协会在墨西哥城主持召开了泛美公共关系大会,美国和大多数拉美国家都出席了这次大会。1961年,南美洲国家各公共关系职业团体成立了泛美公共关系协会。

亚洲国家的公共关系是在第二次世界大战后发展起来的,尤其以日本的发展较为特殊。战后,驻日本的盟军总部为了把西方民主政治的思想灌输给日本国民,于1947年用行政命令的方式要求日本各级政府设立公共关系室(日本人称为广报课),公共关系的观念与技术开始在日本传播开来。民间企业为了推进其政策和经营,也设立了广报课。1951年,日本各级政府中主持广报课的150多名官员在东京参加了历时3个月的公共关系讲习班,由盟军中管教育的沙利旺先生主讲。1952年,日本电通社在每年夏天所举办的广告大学讲座中,开始介绍公共关系。福田亮太认为,1952~1962年的十年间,是日本的公共关系启蒙阶段。1962年后日本就进入了公共关系的实践期。而现在几乎每一家公司都设有广报课。1963年成立了日本公共关系协会。其他亚洲国家,如印度、新加坡和东南亚国家的公共关系也是自1960年代发展起来的。日本公共关系研究所曾于1963年在东京主持召开大规模的亚、非、拉美公共关系大会。亚洲的一些国家和我国的台湾、香港地区于1964年建立了泛亚公共关系协会。1965年在伊朗首都德黑兰召开了国际公共关系协会第四届世界大会。1966年在印度孟买召开了第九届世界公共关系大会。

非洲主要是受跨国公司开拓海外业务的冲击和国际公共关系活动热潮的影响而开始公共关系活动的。大约在20世纪50年代后期,非洲一些国家就开始了公共关系活动。如果说欧洲的公共关系更为关注的是文化水平较高的公众和复杂的新闻媒体,非洲的公共关系则与社会学和人类学有更多的关联,它们对众多种族、众多语言和众多的宗教信仰要进行更多的研究。非洲公共关系的两大主体是政府部门和私营部门。非洲国家较好的公共关系活动事例有肯尼亚的校车服务和健康运动,尼日利亚的改换车位运动和标准银行更名,毛里求斯制糖业的体育运动等。1968年,由国际公共关系协会赞助,在肯尼亚首都内罗毕举行了第一届全非公共关系工作会议。

## 五、公共关系在中国的发展

### (一)公共关系实务在我国的发展历程

公共关系传入我国的时间较晚。20世纪50年代欧美和日本的一些跨国