

第一部分

公共关系基本理论

第 1 章 公共关系概述

学习目标

1. 了解公共关系的起源及其发展。
2. 了解公共关系产生的条件和历史必然性。
3. 掌握公共关系的本质、功能和特征,把握与公共关系相关的主要概念和范畴。
4. 掌握公共关系与广告、人际关系等相关实践活动的联系与区别。
5. 熟练掌握公共关系的定义,以及构成公共关系的三大要素。

1.1 公共关系与公共关系学

小资料 1-1

古代中国有个姓郑的商人,赶着一群黄牛出国进行贸易,在边境遇上邻国军队偷袭入侵。眼看国家危在旦夕,于是献出自己的牛犒劳敌军,假说是国君所赠,敌军以为偷袭走漏消息,故得牛而返。商人舍己利挽救国家,进行了一场化解国家危机的公共关系活动。

资料来源:刘建宏.公共关系理论与实务.北京:中国广播电视出版社,2002

1.1.1 公共关系的起源和发展

现代意义上的公共关系产生于 20 世纪初的美国,但人类的公共关系思想和活动的起源却可追溯到古代。据此可以把公共关系的起源分为公共关系前史与现代公共关系史两部分来研究。

1. 公共关系前史

(1) 世界公共关系前史

考古学家发现,公元前 1800 年,伊拉克就出现了一种农业公告,类似于现代社会某些农业组织公共关系部的宣传资料。在古希腊的雅典城曾盛行召开公民大会,许多博学多才又具有演讲才能的演说家在公民大会上针砭时弊,发表演说,展开论辩,各抒己见。当时的公民大会实际上就是一种准公共关系活动。比如,古罗马恺撒能登上独裁者的宝座,那本记载着他的功绩的纪实著作《高卢战记》起了很大的作用。这本书被公共关系同业工会主席李利·比诺称为

“第一流的公共关系著作”。距今 2300 年前,古希腊哲学家亚里士多德在他的经典著作《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。西方公共关系学界认为,《修辞学》堪称最早问世的公共关系学的理论书籍。这本被视为“公共关系语言艺术”的著作,强调传播者的可信性,强调修辞是一种争取和影响听众接受某种观点或行为的艺术。

(2) 中国公共关系前史

中国是文明古国,“公共关系”的思想与活动可以追溯到有文字记载的远古时代。在我国古代的政治活动、外交活动和军事活动中,亦有许多类似于公共关系活动的成功范例。中国古代孔子周游列国;战国孟尝君礼贤下士等;苏秦奔波于六国,运用游说手段,来影响公众和社会舆论,以对付秦国的吞并;张仪四处交游离间各国,以社会手段来实现自己的政治理想。

在古代中国,一些开明的帝王将相、思想家、政治家等,或为维护统治,或为宣传各自的主张,开展了形式多样的类似公共关系宣传、公共关系交际的活动。孟子说:“天时不如地利,地利不如人和”,这里所说的“人和”,是指人与人之间的协调关系。在人们的日常交往中,公共关系意识和思想也得到了一定程度的体现。在古代中国的经济生活中,这种例证也很多。比如,酒店门前挑出一面旗帜,上书“酒”字以招徕顾客,这类于今天的广告宣传。

(3) 古代公共关系的特点

从以上事例不难看出,古代无论中国还是外国,都存在着原始的公共关系状态。无意识的公共关系时期是一个漫长的历史过程,它始于人类社会的商品生产,没于资本主义社会的初级阶段。在这一历史时期,人们在不自觉地从从事着各种具有公共关系性质的活动,但这些类似于公共关系的活动一般都局限于很小的范围内。这些记载和流传着的公共关系案例,不仅证实了公共关系作为一种原始状态自古有之,而且这些朴素的公共关系思想、原始的公共关系活动为我们现代人提供了有益的借鉴和参考,在朴素自发的公共关系思想指导下的公共关系活动也异常活跃。

概括来说,古代的公共关系具有如下两个基本特点:

首先,从自觉程度来看,当时人们已开展的各种沟通、协调活动带有明显的自发性和盲目性。

其次,从其发挥作用的社会领域和范围来看,由于当时社会生产力水平相对低下,经济还相当落后,人与人之间的经济关系还比较简单,人类早期的公共关系活动主要发生在政治领域,带有强烈的政治色彩和伦理色彩。此后,随着社会的不断发展,公共关系思想和活动才逐渐得到丰富和发展,公共关系所发挥的社会作用才日益明显。

2. 现代公共关系产生的条件

小思考 1-1

现代意义的公共关系为何产生在美国而不是中国?

公共关系作为一种现代的社会思想和活动,其源头在近代的美国。现代公共关系产生于 20 世纪美国并不是偶然的,它是当时美国及资本主义社会政治、经济、科学技术和文化发展到一定阶段的必然产物。美国是现代公共关系的发祥地,也是公共关系走向世界的策源地。正是由于 20 世纪初美国人性文化的兴起,民主政治的深入发展,市场经济的发达和大众传播技术的日趋普及与提高等诸方面因素的滋生与促成,才使公共关系学这门崭新的学科脱颖而出。为了真正理解和把握现代公共关系,有必要对其产生的条件进行分析。

(1) 社会文化条件

美国是一个多民族的移民国家,具有很强的平等意识,特别是独立战争之后,形成了不同民族、不同语言、不同习俗的大融合。美国文化体系中有三个突出的特性:个人主义、英雄主义、理性主义。个人主义表现为美国人富有自由浪漫的色彩;英雄主义使美国人崇拜伟人富于竞争的精神;理性主义使美国人注重严密的法规,崇尚教条、数据和实效,因此形成了管理思想和制度。理性文化转向人性文化,尊重人性的、尊重个人感情和尊严的、人文的、开放的文化,这种文化正是公共关系得以滋生及成长的土壤。

(2) 政治条件

民主政治为公共关系产生和发展又创造了一个重要条件。民主政治必须体现大多数人的意愿,满足大多数人的要求。这就需要相应的民主制度来保证。这主要是通过代议制、纳税制及选举制来实现的。代议制是由各种利益集团推选出自己的代表来进行公共事务决策与管理。由于“纳税制”,在民众方面,促使纳税人有权了解政府的政治运作情况,并产生关心与参与政治运作的需要;而在政府方面,则有义务将政府事务的决策与运作情况定期向纳税人公布与报告,接受纳税人的监督,这是从经济上促使公共政治生活民主化的动因。同时,由于实行“选举制”,一方面要求民众认真比较、精心挑选能真正代表自己意愿的代表人去行政、执政,并且有权经常不断地监督自己的代表是否准确地反映自身阶层的利益与意见,赋予民众知情权、议政权,要求政治有透明度;另一方面,被选举者须及时倾听民众呼声,关心和解决民众所关心的问题,这是从政治上促进公共政治生活民主化的动因。这使得当权者不能不注意与社会各界公众搞好关系,重视輿情民意,接受公众的监督,甚至千方百计地取悦选民和纳税者,方能赢得选票,争得民心,保住官位。尤其是总统候选人更是使出了浑身的解数,以促使自己能一举成功,勇夺总统宝座,而那些形象设计师后来大都成了公共关系专家。

(3) 经济条件

公共关系产生的经济条件主要表现为社会生产分工的细化、商品经济的高度发展。在以自给自足为特征的自然经济条件下,社会分工简单,生产单位以家庭为主,具有孤立、分散、封闭的特点,人际交往仅以血缘、地缘、亲缘为主,交往的范围极小、频率极低。在商品经济条件下,进行的是社会化、专业化的大生产,生产的产品主要用于交换。20世纪初,美国的经济的发展速度迅速提高,大工业的商品经济方式突破了时空与血亲的局限,促进了商业经济的快速发展。随着市场经济的出现,尤其是由“卖方市场”向“买方市场”的转变中,争取市场、争取顾客、争取公众支持,成了组织生死攸关的关键,促使组织必须加强与消费者的沟通 and 理解,树立良好的形象,这就直接促成了公共关系的兴起。商品经济的高度发展为公共关系的产生奠定了经济基础,提供了条件。而且公共关系实践也证明,商品经济越发达,市场竞争越激烈,越能显现出公共关系的重要性。

(4) 技术条件

大众传播技术和手段的更新,使远距离的信息传递时间缩短、频率加快,使人与人之间的交往和沟通更快捷、更方便。从中国造纸术的发明到报纸的出版,从19世纪电报、电话的发明到20世纪交通工具和传播技术、手段的现代化,以及广播、电视、网络、通信卫星的出现等,传播技术手段的更新和发展日新月异,令人目不暇接。这不仅标志着信息时代的到来,而且大大推动了公共关系的发展。随着科学的发展,各种大众传媒迅速而广泛的发展,为公共关系的产生提供了必要的技术与方法。

3. 现代公共关系形成的三个时期

(1) 现代公共关系的开端——巴纳姆时期(19世纪末 20世纪初)

现代意义的公共关系于19世纪末 20世纪初起源美国。当时风行全美国的报刊宣传活动拉开了现代公共关系的序幕。当时最有名的代表人物叫巴纳姆,故将公共关系发展史的这一段时期称为巴纳姆时期。

19世纪30年代,美国报界掀起了一场“便士报”运动,即报纸以低廉的价格和通俗的内容去争取大量的读者,使报纸完成了大众化、通俗化的飞跃,报纸发行量大增,随即广告费也迅速上涨。各公司、组织雇佣报刊宣传员,来编造离奇的故事以引起公众的好奇和对自己的注意,出现了美国历史上有名的报刊宣传活动,当时最有代表性的就是巴纳姆。

巴纳姆后期的所作所为完全与公共关系背道而驰,是反公共关系、悖公共关系的行为。报刊宣传活动也因此失去了读者公众的信任而逐渐萧条。这种利用新闻媒介“愚弄公众”的现象,引起了新闻媒介的不满,报纸杂志率先刊载揭露实业界那些恶劣的丑闻。

(2) 现代公共关系职业化的开始——艾维·李时期(19世纪末 20世纪初至 20世纪 20年代)

艾维·李(1877—1934年),是美国佐治亚州一个牧师的儿子,毕业于普林斯顿大学,曾就读于哈佛大学法学院。他曾是《纽约日报》、《纽约时报》和《纽约世界报》的一位记者。1903年艾维·李与乔治·派克合资成立的第一家宣传顾问事务所“派克与李公司”,成为向客户提供世界劳务而收取费用的第一个职业公共关系人,现代公共关系职业化由此发端。艾维·李审时度势,针对巴纳姆式宣传活动的局限性,提出了“说真话”的宣传思想,他的信条是“公众必须被告知”。他认为:一家公司,一个组织要获得好的声誉,就必须把真相告诉公众;如果真相的披露对公司、组织不利,那么就应该调整公司或组织的行为;组织与其员工和社会关系的紧张摩擦,主要是由于组织管理人员采取保守秘密的做法,妨碍了意见和消息的充分沟通。他先后被多家巨型公司,如美国电话电报公司、洛克菲勒财团、宾州铁路公司等聘请,处理劳动纠纷和社会摩擦,取得了令人瞩目的成效。因他在公众和报界树立了自己的信誉,被人们称为“现代公共关系之父”。

(3) 现代公共关系学科化(20世纪 20年代至今)

公共关系职业化的发展,促进了公共关系由简单零碎的活动上升为较系统、较完整的专业活动,并逐渐形成了公共关系的原则与方法,成为一门独立学科的条件已经成熟。后来的公共关系专家、学者注意到了这一点,并开始关注公共关系事业如何向着科学化、规范化、理论化、系统化的方向发展,使公共关系由一种活动、一种社会现象变为一门学科的杰出人物是奥地利籍美国人爱德华·伯内斯(弗洛伊德的外甥)。1923年爱德华·伯内斯首次在纽约大学讲授公共关系学课程并出版第一部公共关系著作《公众舆论之凝结》,首先详尽阐述了“公共关系咨询”这一概念,而且提出了公共关系的原则、实务方法和职业道德守则等。1952年他又完成教科书——《公众关系学》,他建议把公共关系学从传播学中分离出来,并对公共关系学的原理和方法进行系统的研究,使之系统化、完整化,使公共关系的原理和方法逐步形成一个较为完整的理论体系,最终成为一门独立完整的新兴学科。由于伯内斯将公共关系引上了科学的轨道,他在理论上作出的贡献使爱德华·伯内斯被世人誉为“公共关系泰斗”。

继伯内斯之后,1937年,雷克斯·哈罗博士在斯坦福大学开设公共关系课程。1947年波

士顿大学成立了第一所公共关系学院,培养公共关系学士及硕士。许多公共关系的论著也相继出版。1952年,美国的卡特利普和森特俩人出版了他们权威性的公共关系专著《有效的公共关系》,论述了“双向对称”的公共关系模式和公共关系四步工作法等,标志着现代公共关系思想的形成。这本书至1995年已再版了七次,成为公共关系方面的畅销书,在美国被誉为“公共关系的圣经”。该书的作者也成为享有声望的理论权威者。至此,公共关系正式进入学科化阶段,一门充满时代特征的、具有强大实用性的新兴学科以其崭新的身姿崛起于学科之林。

4. 现代公共关系的发展

第二次世界大战以后,随着科技的进步,商品经济的发展,公共关系作为一种现代经营思想迅速传播开来,国际性的公共关系活动日趋活跃。美国公共关系活动不仅起步最早,而且发展也较为迅速。英国、日本是较早重视和发展职业化公共关系活动的国家。公共关系的活动领域,迅速从工商组织界扩展到政府机构、社会团体、科教文化部门,并向全世界发展。

5. 我国公共关系的发展

公共关系传入我国的时间不长,但因为它适应了市场经济的需要,所以获得了迅速的发展。20世纪60年代,公共关系传入我国的香港地区和台湾地区,1963年香港出现了第一家专业的公共关系公司,叫韦特公共关系公司,20世纪六七十年代,香港、台湾两地区的公共关系已进入职业化阶段。

20世纪80年代,随着改革开放,海外公共关系在中国内地陆续传播开来,主要是在沿海改革开放最早的深圳特区的一些外商独资或中外合资组织中率先出现的,这些公司或大或小在运作过程中均参照了其海外母公司的经营管理模式,设立了公共关系部。招聘培养了一大批公共关系从业人员,开始了早期的公共关系业务。1985年,国内大学才开始开设公共关系学课程和相关专业;1987年,中国公共关系协会在北京成立,标志着公共关系在国内得到了确认和接受。国有组织设置公共关系机构首推广州的东方宾馆。接着,广州的白云山制药厂设置了公共关系部,每年拨出占总产值1%的资金作为公共关系经费。不仅如此,一些高等院校、新闻媒介机构、科研部门也成立了公共关系部,积极开展公共关系工作,并取得了良好的经济效益和社会效益。公共关系事业在我国的发展进入了一个新的阶段,并将随着我国改革的深化而蓬勃发展。

小资料 1-2

1984年,广州的白云山制药厂,一家国有大型组织率先挂出了国内第一块国有组织公共关系部的招牌,并注资120万元,开展公共关系活动。1984年12月26日《经济日报》刊载了题为《如虎添翼》的长篇通讯,报道了白云山制药厂的公共关系工作,并编发了“认真研究社会主义公共关系”的社论。接着《文汇报》、《北京日报》、《世界经济导报》、《广州日报》等35家报纸杂志先后载文报道或评论公共关系,阐述评析了公共关系在中国兴起发展的必然性和必要性。

资料来源:中国管理传播网.钟超军,2006-2-24

1.1.2 公共关系的含义

随着 20 世纪 80 年代初公共关系在中国开始传播并逐步兴起,公共关系工作已渗透到社会生活的各个方面,我们每个人都在工作生活中与公共关系不经意地握手。但由于传统文化现实的影响,作为一门科学与艺术的公共关系往往罩着一层“庸俗关系学”及“庸俗公共关系”的阴影。有人认为公共关系就是拉关系;公共关系就是攻关;公共关系就是“攻官”;公共关系就是应酬;公共关系就是酒会、宴会和舞会;公共关系就是送礼,就是请客吃饭。有人形象地说公共关系在中国是一个身上被泼满污水的舞娘。特别是《公关小姐》的播出也带来了一些负面影响,很多人误以为公共关系就等于漂亮的脸蛋加时髦的打扮,经常出入酒吧舞厅的繁华生活。

小思考 1-2

在学本节内容之前,你想象中的公共关系概念是怎样的?

小资料 1-3

北欧联合航空公司一位公共关系经理在一个培训班向学员讲解什么是公共关系时,用了这样一个比喻:一名青年追求伴侣,可以用许多方法,大献殷勤就是一种,这不算公共关系,而是推销;努力修饰自己的外貌和风度,讲究谈吐举止,这也是一种吸引人的办法,不过这也不是公共关系,而是广告;如果这位青年经过周密的研究思考,制订计划出来,而且埋头苦干,以成绩获得他人的称赞,然后通过他人的口将自己的优良评价传播开去,这就是公共关系了。

资料来源:周安华,苗晋平.公共关系——理论、实务与技巧.北京:中国人民大学出版社,2004

1. “公共关系”一词的释义

“公共关系”一词来自英语 public relations,简称 PR。public 既可译作“公共的”,又可译作“公众的”。relations 则译为关系、交往等。综合两个英语词汇的内涵和特点进行分析,不少专家学者认为将 public relations 译作“公众关系”更为准确,这一概念本身指的就是组织机构必须与它面临的各种内外的“公众”建立良好关系。“公共关系”一词已广泛使用流传,已成为一个约定俗成的特定概念,并且已被人们所广泛接受和使用,因此,沿用译作“公共关系”。其实,不同的社会组织,由于其业务特点不同,因而会面临不同的公众对象,从而形成不同的公众关系。

学术界对公共关系的定义众说纷纭,有人曾说:有多少公共关系专家,就有多少公共关系定义。这种说法丝毫不夸张。据不完全统计,世界上现有公共关系代表性的定义千余条,

从不同的角度给出了定义,表述方法亦不尽相同。不管是哪一种定义,哪一种认识论,实际上并不矛盾,都为了共同的目标:塑造组织形象,提升知名度、美誉度。学习的关键在于通过对公共关系定义的不同表述,掌握公共关系的本质,就能够将它与同类事物中的其他不同属性的东西区别开来。

美国公共关系研究与教育基金会主席 R. 哈罗博士,在美国公共关系研究和教育基金会的资助下,招集 83 位权威人士共同研究了 472 条定义之后,得出功能式定义“公共关系是一种特殊的管理功能,它帮助一个组织建立并维持与公众之间双向的交流、理解、认可与合作;它参与处理各种问题与事件;它帮助管理者及时了解公众舆论,并对之作出反应;它明确并强调管理部门为公众利益服务的责任;它作为社会变化趋势的监视系统,帮助管理者及时掌握并有效地利用社会变化,保持与社会变动同步;它以动用健全的、正当的传播技能和研究方法为主要工具。”

英国公共关系协会顾问弗兰克·杰夫金斯概括式公共关系定义为:公共关系工作包括了一个组织与其公众之间各种形式的有计划的对内对外交往,旨在获取与相互理解有关的特定目标。即一个社会组织在自身完善的基础上,运用各种信息沟通传播的手段,协调和改善自身的人事环境和舆论气氛,使本组织机构的各项政策、活动和产品符合相关公众的要求,争取公众对自己的理解、信任、好感与合作,在双方互利中共同发展。公共关系是一个社会组织用传播的手段使自己与公众相互了解和相互适应的一种活动或职能。

我们提出公共关系比较简单但完整的定义是:公共关系就是一个组织运用有效的传播手段,使自己适应公众需要,与公众之间相互了解、相互合作的一种思想、政策、管理的行为规范的总和。这个定义通过列举公共关系的主要作用和功能,解释公共关系能够“做什么”,“有何作用”。这种定义方法意在说明,一般多用于操作性强的概念范畴。它发挥着管理职能,开展着传播活动。

2. 公共关系概念的不同含义

公共关系概念至少可以归纳为五层含义。

其一,公共关系是一种状态,公共关系状态是指一个组织与其公众环境之间客观上存在的的关系状况和舆论状况,是与社会组织相伴随的一种社会客观现象。有人说:世界上有了两个人就有了人际关系,有了两个集团、组织,就有了“公共关系”。这是说公共关系是一种客观存在的,是自古就有的,不管你承认与否,它都会影响组织的生存与发展。任何组织或个人都处于一定的公共关系状态中。

其二,公共关系是一种活动,当人们逐步认识到外界关系的重要性,并主动去调整这种关系时,就产生了一些类似于现代公共关系的活动。但是,尽管它们自古就存在,却都不是自觉的公共关系活动,而只是一种谋求发展的本能与努力。只有现代科学的公共关系产生之后的自觉的公共关系活动才被统称为公共关系实务。公共关系活动即运用传播沟通的方法来协调组织的社会关系,影响组织的公众舆论,塑造组织的良好形象,优化组织的运作环境的一系列公共关系工作。公共关系活动需要动用一定的资源,运用专门的媒介和技术,指定专门的目标和计划,由专门的职能机构来实施。它是由日常公共关系活动和专门性的公共关系活动构成的。

其三,公共关系是一种职业,从艾维·李时期人们已经意识到公共关系职业的重要性。

公共关系职业是指公共关系人员的职业,公共关系人员是公共关系的主体,以社会组织形式存在,其组织机构包括公共关系部、公共关系公司和公共关系团体。

其四,公共关系是一门学科,是管理学与传播学相结合的产物。它专门研究组织管理过程中的公众传播沟通问题,或者说,用现代传播学的理论和方法来研究与处理组织的公众关系和公众形象问题。

其五,公共关系是一种意识、观念与思想。公共关系意识就是在对公共关系状态和公共关系活动认识的过程中所形成的,对于公共关系活动具有指导作用的公共关系的思想、观念和原则。公共关系观念是一种影响和制约着组织的政策和行为的经营观念和管理哲学,指导着公共关系实务工作的健康发展,渗透到管理者日常行为的各个方面,引导、规范着组织行为。它不仅指导着公共关系实务的健康发展,而且渗透到管理者日常行为的各个方面,成为引导组织行为的一种准则和价值观。常见的公共关系观念包括形象观念、公众观念、传播观念、协调观念、互惠观念、服务观念等。

所以一个社会组织需要评估社会公众的态度,确认与公众利益相符合的个人或组织的公共关系政策与程序,拟定并执行各种公共关系行动方案,以争取社会公众的理解与接受,达到组织改善与社会公众的关系,促进公众对组织的认识、理解及支持,树立良好组织形象的目的。

3. 公共关系相关概念的辨析

“关系”一词从广义上是指哲学范畴的事物间的普遍联系。狭义上是指人与人之间的相互联系。在公共关系学中,“关系”主要指组织与公众之间相处和交往的行为和状态,简单地说就是组织与公众之间的联系。它作为人类社会关系中的一种特殊形态,有两个主要特征:一是特指组织与公众之间的关系;二是特指信息交流的关系。

(1) 公共关系与人际关系

公共关系与人际关系,作为人类社会关系的两大主要关系形态,是所有社会组织都要面对并着手处理的“关系”。公共关系与人际关系在性质、目的、手段等方面存在着不同,但两者之间又有内在联系,公共关系与人际关系也存在交叉、包容关系。公共关系与人关系的联系表现在以下方面:

① 从内容上看,公共关系是组织与公众之间的传播与沟通,公共关系不仅要借助于人际交往的形式去实现自身的任务,而且其本身就具有人际交往的特点,公共关系中包含了许多人际关系。在公共关系活动中,组织也是以个人的身份与公众交往的,个人是组织的化身与代表。

② 从工作方法上看,公共关系必须遵循基本的人际交往原则和方法。公共关系工作需要运用人际沟通的手段,要求公共关系人员具备较好的人际关系能力。良好的个人关系有助于建立良好的公共关系,公共关系需要可贵的人情味。有时公共关系在社交场合的开展,其目的是结交朋友、建立友谊、消除误会、创造合作的气氛。人际交往只是公共关系的一种,并不是主要的手段,纯粹以社交为手段的公共关系,在公共关系中属于偏低层次,不能简单化庸俗理解公共关系。

公共关系与人际关系在以上两个方面存在联系,但二者的区别是显而易见的,其主要区别在于公共关系是组织与公众之间的关系,人际关系仅仅是个人与个人之间的关系。为此,