



徐永龙

### 一、公共关系的起源、定义和作用

现代公共关系(Public Relations, 简称PR)起源于19世纪末的美国,本世纪二十年代后,基本上形成了理论和实践这两条并行发展的道路。第二次世界大战后,美国的公共关系不论在理论上还是在实践上都有了飞速的发展。到八十年代初期,全美从事公共关系事业的人员超过12万人,每年花在PR的费用达数十亿美元。在教育界,数以百计的大学设有公共关系专业或课程。

现代意义上的PR属于现代管理哲学的范畴。它是商品经济高度发达的产物,亦是思想意识和生活方式变更的产物。PR既是一种行业,也是一门学问,目前PR的定义很多,但实质内容均是大同小异。下面给出三种较为科学的PR定义:

1. PR是一种组织管理的社会哲学,它用政策和行为表达,并经由与其公众相互沟通信息,达到互信、互惠和互利的目标。

2. 公共关系包括组织和其公众之间进行的一切形式的有计划的内外交往和通讯,以达到关于相互了解的专门目标。

3. 公共关系协会墨西哥世界大会(1978年8月)定义:公共关系事业是一门艺术和社会科学,它分析趋势并预测其结果,说服组织领导和执行部署的既有益于组织又有益于公众的计划。

通过PR,可以保持与公众的通讯,提高组织的效益,为组织树立良好的形象和信誉。

### 二、公共关系事业在中国的开展

PR引入中国是最近几年的事,是在引进资金、技术的同时引进的一门科学的先进的管理方法。社会主义商品经济的发展,促进了交往和通讯的发展,企业之间的联系越来越密切,相互依赖和相互影响越来越强,各种关系越来越复杂,知识越来越商品化。企业只有掌握必要而又充分的市场信息,才能保证原料充足,资金充足,投资准确和生

产正常运转。企业也只有向公众传播必要的信息,才能打开销路,树立良好的形象和信誉。正是这种背景导致了PR在中国的诞生。因此,PR在中国的产生是中国积极推行改革和执行对内搞活经济、对外实行开放政策的必然结果,是中国经济、文化和社会发展到一定阶段的必然产物。

对外实行开放以来,公共关系首先在广州、深圳、上海和北京受到重视和应用。1984年以来,广州至少有15家国内企业和中外合资企业相继设立了PR部门,如中国大酒店、花园酒店、东方宾馆、白天鹅宾馆和广州白云山制药厂等。1984年11月,北京百货大楼成立公共关系部。它是首都国营工商企业中成立的第一家公共关系职能部门。1985年初,中国国际旅行总社成立公共关系处。中美合资的长城饭店也设有公共关系部。

公共关系部门里的工作人员大都很年轻,且女性占有较大的比重。在广州从事PR工作的女性享有“公关小姐”的美称。中外合资企业的公共关系部经理往往由外国方面委派,如广州花园酒店公共关系部经理林美玲女士来自香港,她曾就读于美国,攻读心理学(大学)和企业管理(研究生)。自美返港后,林经理先在一家顾问公司工作了两年,接着出任半岛集团的一家酒店的公共关系部经理。北京长城饭店公共关系经理露西·布朗女士来自美国。她是最早到中国来从事PR的美国人之一。

PR是一项既有益于组织又有益于公众的事业。广州花园酒店是一座现代化宾馆,起初外界,它了解甚少。1984年,花园酒店成立公共关系部经过该部十名工作人员一年多来的努力,该酒店已同新闻界、各界名流以及其它许多社会团体建立了联系,从而使国内外公众开始了解花园酒店的环境、设备和服务,收到了很好的效益。

中国国际旅行总社公共关系处自成立以来,与

客源地区的500多家旅行社、友好组织以及与总社有业务联系的外国旅行社、友好组织和国家旅游局的驻外办事处建立了联系。该处还接受和处理大量外国旅游者的信函、电报,听取游客的意见,有时还给旅游者以必要的赔偿。公共关系处在介绍我国旅游资源,宣传旅游产品,维护旅游信誉等方面,发挥了积极的作用。

北京百货大楼公共关系部成立后,首先把提高企业知名度当作工作的出发点,积极加强同外界的联系。在不到三个月的时间内,就与50多家新闻单位,以及各地商业企业和其他有关部门建立起经常性的联系,增进了这些企业和单位对百货大楼的了解。该部还承担起频繁的迎来送往,参观座谈等事务性工作,使企业领导得以集中精力考虑经营管理。公共关系部已成为经理们联系外界的一条重要渠道。

1986年7月3日,中国第一家专门从事PR业务的企业——中国环球公共关系公司在北京正式宣布成立。它得到经贸部的批准,并已在国家工商行政管理局登记注册。环球公司是新华社下属中国新闻发展公司的专业性公司之一,因此,它可以协同中国新闻发展公司下属各公司充分和方便地运用完善的传播媒介手段、先进的通讯网络、庞大的组织机构、广泛集中的资料和信息。环球公司同我国许多部门和公司企业之间有着良好的关系,能为国内外客户提供及时、准确、优质的服务。

环球公司的前身是中国新闻发展公司公共关系部。去年八月,该部同美国最大的PR公司——博雅公共关系公司签订了合作协议,互相代理PR业务。十个月来,它相继接受了美国、加拿大、英国、瑞典、新加坡以及世界银行所属的国际金融公司等20多家大公司、大企业的委托,为它们在中国提供了各种各样的PR服务,为国家赚取了不少的外汇,目前,环球公司正在努力扩大和发展自己的国内外客户。

中国新闻发展公司董事长孙振指出:环球公司将努力开拓和发展中国的PR事业,促进中国经济的横向联系,促进中外贸易、企业界的相互了解,做好联系国内外社会各界的桥梁,为中国的四化建设服务。

目前,PR开展活动的主要手段有:举办各种

研讨会、演讲会、技术交流会、记者招待会;组织各种开幕、开业活动;帮助进行产品推销和市场调查;提供剪报、翻译、秘书、摄影和咨询服务;草拟各种宣传介绍文稿和撰写新闻稿;制做图片、幻灯片;广告组织参加各种赞助性文化体育活动和社会公益活动;为本单位领导提供本单位和外界的情报,作为供领导决策的参考信息;编印职工通讯,组织本单位的各种文化、福利活动,使职工了解自己周围发生的事情,鼓励他们同心协力做好工作。

### 三、公共关系在中国的未来

博雅公共关系公司主席夏博新先生认为,PR有助于中国实现现代化。“公共关系服务可以帮助中国的公司向国外销售更多的产品,帮助外国公司向中国的决策人和消费者传达信息,使中国与世界紧密联系起来。”世界最大的PR公司之一的伟达公司亚洲有限公司中国部经理柯任弥也认为,中国的公司和企业设立PR部门是必然的趋势,今后中国的PR行业将会越来越多。

PR在中国方兴未艾,前景广阔。只要中国坚持开放政策,坚持搞现代化,就离不开PR。我们应逐步地、有目的地在那些交往频繁、联系广泛的企业单位设立PR部门,部门的设置要彼此配套,切忌一哄而上。一切以提高经济效益为目标,不要赶“时髦”。另外,还应从理论上开展对PR的研究。社会主义公共关系的性质、任务、过程、内容、技术和规范等都是有待研究的课题。在研究中,一方面要借鉴国外PR中的有益东西,另一方面要紧密结合我国的国情,形成有中国特色的公共关系理论体系,以有效地指导中国的PR事业。PR的伦理道德问题是个非常重要的问题。PR的立法和执法工作极为重要,应能跟上形势的发展,PR法规的制定须以宪法和有关法律为指导,并与其保持一致。

中国经济建设的发展推动了PR事业的发展,PR事业的发展势必反过来大大推动中国经济的振兴和发展。毫无疑问,PR在中国经济生活和社会生活中的地位和作用将日益提高。

(责任编辑 慧超)

作者单位:武汉测绘科技大学84级研究生 题头画:姜平