

略论公共关系伦理学

夏 桂 明

公共关系伦理学是一门新兴学科,在我国公共关系实践中具有其他学科不可替代的理论价值和实践价值。本文针对我国公关伦理学学科建设的实际,着重探讨了公关伦理学的研究对象、基本内容及其特征;公关伦理学的特殊功能;公关伦理学的现实价值;公关伦理学研究的现状及其发展趋向等问题。

一、公共关系伦理学的研究对象、基本内容和特征 公共关系伦理学(以下简称公关伦理学)作为一门年轻的学科,是随着我国改革开放的深入和公共关系事业的发展而诞生的,目前已在我国的公共关系活动中发挥着其他学科不可替代的作用,是一门具有广阔发展前景的学科。一门学科的性质,是由其研究对象的本质与特殊性所规定的。公关伦理学作为一门科学,其研究对象当是人们在公关活动中的伦理道德问题,从而决定了公关伦理学是一门研究公关组织和公关从业人员在公关活动中处理与公众的各种利益关系的善恶取向、行为定位及其规律的科学。这一特殊的研究对象,使公关伦理学既不同于一般伦理学,又有别于公共关系学。就公关伦理学研究人们的公关行为而言,它与一般伦理学不无联系,就公关伦理学研究公关从业人员在公关活动中的伦理问题而言,它又有别于一般伦理学,也不同于其他部门伦理学;就公关伦理学研究涉及人们的公关活动而言,它与公共关系学不无联系,就公关伦理学研究公关从业人员在公关活动中的道德行为规范而言,它又与公共关系学区别开来。这种研究人们在公关活动中的伦理问题的特殊理论追求和致思趋向,决定了公关伦理学学科的特殊性和独立性。

公关伦理学作为一门科学,包含着丰富的内容,主要由具有普遍意义的道德原则和行为规范(指各种公关活动都应共同遵守)以及由此规定的一系列各具特色的公共关系道德行为准则所构成。公共利益原则和敬业献身、互惠互利、诚实守信、开拓进取、遵纪守法等道德规范共同构成公关伦理学的核心内容,其他具体领域公关活动中的道德行为准则,则是公关伦理学的道德原则和规范的延伸和具体化。

公关伦理学的道德原则和规范不同于社会主义的道德原则(即集体主义)和规范(即“五爱”)。公共利益原则以集体主义为理论基础,二者在本质上具有一致性,但其作用对象和范围又是各不相同的。就作用对象而言,集体主义原则是社会主义条件下(也是共产主义社会)处理个人与集体和社会整体利益的指导原则,是社会生活中各个领域的人们应当维护和遵循的行为准则;公共利益原则是公关领域中处理组织与公众利益关系的指导原则,它只是公关从业人员应当遵守的行为准则。就作用范围而言,集体主义原则是社会主义国家内部处理个人与集体和社会整体利益关系的依据;公共利益原则包括处理国内公众和国际公众的利益关系。同样,公关伦理学的道德规范和社会主义道德规范之间也存在着相互联系和区别的一面。其联系表现

为社会主义道德规范是公关伦理学道德规范确立的理论依据,二者都反映并服务于社会主义经济建设。其区别在于,调节范围不同:公关伦理学的道德规范是调节公关领域中(包括国内公关和国际公关)组织与公众之间利益关系的行为准则;社会主义道德规范则不同,凡涉及个人与他人、个人与集体利益关系的地方,社会主义道德规范都将发生作用。评价对象不同:公关伦理学的道德规范只是评价和判断公关从业人员行为善恶的依据;社会主义道德规范则对社会生活中各个领域的人们行为善恶的评价具有普遍意义。

公关伦理学的研究对象和内容,决定了它不同于其他学科的一些基本的学科特征,即整合性、互利性、服务性、信用性。整合性指公关伦理学体系的建构吸纳和融合了伦理学、心理学、公共关系学、哲学、管理学、经济学等学科的理论 and 原则。但这种吸纳和融合不是直接拿来或简单组合,而是以上述学科的理论 and 原则为依据,结合公共关系的性质、特点和社会主义市场经济建设的实际整合而成的具有独特内容的新学科,表征公关伦理学具有较强的综合性和较大的发展前途。互利性是公关伦理学区别于其他学科的重要特征。普通伦理学帮助人们提高思想道德觉悟,强调自觉进行道德修养,以实现人格升华为目的。公关伦理学要求公关从业人员坚持利益功效与道德义务相结合,正确处理组织与公众的关系,达到互惠互利的目的。这种互利既排斥失去理性的自我满足的做法,也反对唯利是图的不良行为。它以服从社会生产的总目标为前提,坚持组织和公众利益的相互兼顾、共同发展。服务性是公关伦理学的又一重要特征。公共关系涉及组织与组织、组织与公众、组织与社会等多重关系,尤其是组织与相关公众之间的关系,处理不好将直接影响组织的生存和发展。公关伦理学要求公关从业人员在处理这些关系时,应当在思想上树立牢固的服务观念,不断增强服务意识,提高服务质量。通过服务,扩大与公众的交流和沟通,赢得更多的公众,为组织的生存和发展创造良好的外部环境,在服务中不断完善和发展组织,实现组织的目标。应当指出,服务性所表征的不只是满足公众的需要,从全局意义上讲是为整个社会的发展服务,从局部意义上讲则是为组织和公众的共同发展服务。信用性是公关伦理学的基本特征之一。讲信用不仅仅是商品交换中的行为准则,也是公共关系中组织与公众彼此信赖、相互合作的基础。在公共关系中,纯粹的道德说教,不可能实现公共关系的目标,单纯地追求效益,也可能使公共关系偏离正确的轨道。必须把道德和信用结合起来,将道德融入信用之中,自觉抵制弄虚作假、骗取信誉、违章毁约等不良行为。古人强调“言必信,行必果”,在公共关系中,公关从业人员和公众都要言而有信,切实履行合同。讲信用,才能树立起良好的组织形象,真正赢得公众的信任和支持。总之,整合性表明公关伦理学在内容上博采诸家之学,以适应现实需要,使其成为独具特色的实用型应用学科。互利性、服务性、信用性侧重公关活动的指向和公共关系中行为规范的双向性,表明其原则规范对公关活动的客体——公众也具有约束力量。这种整合性、互利性、服务性、信用性特征,集中表现了公关伦理学学科的特殊性。

二、公关伦理学的社会功能 在当今社会,公共关系已成为一种广泛的社会活动。它从公共关系的角度,直接辐射到整个社会生活,并产生着广泛的影响。有公共关系活动,就存在着公关伦理道德问题,就需要发挥公关伦理学特有的社会功能。公关伦理学的社会功能主要有:认知功能、协调功能、评价功能等。

认知功能是公关伦理学的基本功能,它以组织和公众的共同利益为基础,指导公关从业人员正确反映我国的社会现实和公共关系的现状,正确认识公共关系在社会主义市场经济建设和整个社会主义现代化建设中的方位和价值,摆正组织与公众的关系,使公关从业人员在处理组织与公众的利益关系时,能够进行正确的行为选择和价值判断,克服损人利己等不道德的行为,不断提高判断行为善恶的能力,确立正确的道德观念和价值观念,为提高公关效率,促进公关事业的健康发展创造良好的精神氛围和社会风气。公关伦理学的认知功能,表面上反映和体现的是公共关系活动的质量和效率,实质上则反映了公关组织的“合力”与“张力”。这种“合力”与“张力”从一个侧面表征组织团体的内部凝聚力和外部承受力的程度。任何一个公关组织,其内部凝聚力与外部承受力越大,其社会影响和竞争力就越强。

协调功能是公关伦理学的重要功能。公共关系作为人的一种活动,有着明确的行为目标,其目标的实现是通过协调组织与公众之间的利益关系完成的。任何一个公关组织所面对的公众都不是单一的,而是多方面的。有组织内部公众与外部公众、国内公众与国外公众、团体公众与个体公众。公关组织的生存与发展,在

一定意义上讲，就是围绕其目标，不断协调与多方公众的相互关系维系的。组织内部公众，即组织内部的职员。他们彼此的状况如何，反映组织内聚力的强弱。协调好组织内部公众的关系（包括人际关系、利益关系等），组织才可能作为一个强有力的整体面对社会，参与市场竞争。组织外部公众，包括国内公众和国外公众。一个组织的国内公众是多方面的，以企业为例，它所面对的国内公众有：顾客，包括个体消费者和社团组织用户，是与企业有着直接利益关系的公众；政府及其职能部门，是企业能够沿着社会主义正确方向发展的向导；宣传媒体，是企业与公众进行广泛交流与沟通的主要路径；社区，即企业所在地的政府机关、社团组织、居民，是企业赢得社会公众的认识与合作、谋求稳定持续发展的根基。协调好与这些公众的关系，有利于组织的顺利发展。组织的国际公众也包括个体、社团、政府等。协调好与国际公众的关系，对于企业参与国际竞争，发展外向型经济，提高我国在国际上的地位和威望是不可忽视的重要环节。由此可见，协调好组织与诸多公众的关系，直接关系到组织的生存和发展。如何协调好这些关系，除运用经济、法律、行政等手段外，还应借助公关伦理学。公关伦理学从道德良知出发，凭藉公关伦理学的原则规范，诉诸舆论褒贬，通过理性自觉，唤起人们的知耻心和道德责任感，在心灵深处建造起沟通组织与公众互谅互利的桥梁，使组织与公众处于和谐牢固的交流与合作状态。这种协调具有稳定持久性和非强制性的特点，因此在公共关系中具有其他学科和方法不可替代的功能。

评价功能是公关伦理学的又一重要功能。评价是指对事物的价值和人的行为价值的审定和判断。人的行为是多方面的，有政治行为、经济行为、法律行为、道德行为、宗教行为等等。不同的行为归属于不同的评价范畴，有着不同的评价标准和方式。公关伦理学所讲的评价属于道德评价，是对公关人员道德行为的评价。它以公关人员行为的善恶为评价标准，以社会舆论、传统习惯、良心内省为评价方式，以公关人员行为的动机和效果的统一为评价根据。这种评价是建立在行为者自觉自律基础上的，其功能是通过公关主体和客体的活动表现出来。公众依据公关伦理学的原则验证公关组织及其从业人员的行为是善是恶；公关人员依据公关伦理学的原则对自己的行为进行反省和判断，明确善恶是非，自觉履行自己的道德责任和义务。

公关伦理学的功能除上述三个方面外，还有激励功能、教育感化功能。这些功能既各具特色，又彼此联结，相互作用，共同构成公关伦理学的功能系统，使公关伦理学在公共关系中发挥着特殊的重要作用，从而凸显了公关伦理学在现代公关活动中的无法替代的实践价值。

三、公关伦理学的现实价值及其研究现状和发展趋向 要使我国的公共关系事业健康顺利地发展，并充分发挥其在社会主义市场经济和现代化建设中的作用，除了不断完善和加强公共关系理论建设，总结它的实践经验，还必须深入研究公关伦理学及其在公共关系中的地位和重要意义：第一，它有利于培养公关人员奉公守法思想，提高道德素质，克服和抵制腐败现象。公共关系作为一种社会职业和新兴事业，在我国已迅速发展起来，并取得了世人瞩目的成绩。但是，公共关系理论尚不成熟不完善，公关人员的素质有待提高，加之人们对公共关系在认识上的偏颇，使公共关系活动中出现了不少非科学、非理性、非道德的现象和行为。加强公关伦理学建设，可以帮助公关从业人员在公关活动中遵循诚实守信、遵纪守法等道德规范，在与公众的交流中做到真诚求实、言行一致、公正客观，正确运用法律武器，维护组织和公众的利益，坚持依法办事，杜绝营私舞弊，行贿受贿，以权谋私等腐败现象。第二，它有利于树立良好的组织形象，扩大和提高组织的知名度和美誉度，为组织的生存和发展开辟广阔的空间。良好的组织形象通过组织产品的质量及其公关从业人员的行为举止体现出来。产品的质量对于组织良好形象的确立固然重要，但是，若公关人员的道德行为失范，公众会由此而对该组织产生不信任感，从而影响组织在公众中的声誉。公关伦理学注重培养公关人员良好的品格素质，以增强他们的事业心和责任感，使他们能够客观地、实事求是地对待自己企业的产品、对待公众。公众则透过企业的产品和公关人员的行为了解该企业的状况，并通过交往加以确证。良好的组织形象赢得更多公众的接纳和支持，其知名度和美誉度随之扩大。组织知名度和美誉度的扩大，又反过来促进组织与公众的广泛交流，从而为组织创造了一种亲善友好、良性循环的发展环境。第三，它有利于组织在市场竞争中创造更高的经济效益和社会效益。社会主义市场经济的建立，使企业走出国家的怀抱，到市场去求生存求发展。竞争是市场经济的基本机制，企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，除有先进的科学技术、

现代化的设备、及时准确的市场信息、优质的产品外,一个重要的方面,就是使代表企业的公关人员具备良好的职业道德素养。公关伦理学要求公关人员在公关活动中自觉遵守公关道德规范,维护组织和公众的共同利益,为组织参与竞争确立公平、正当的观念,正确处理组织与其竞争对手的关系,在企业与企业之间形成彼此竞争、相互协作、相互促进的积极进取的局面,使组织既实现自身的目标,又实现社会主义市场经济总目标,从而较好地实现组织的经济效益和社会效益。第四,它有利于组织和公众共同利益的发展。公共关系是以利益为基础的,没有利益就没有公共关系。公关活动过程实际上就是不断处理组织与公众的各种利益关系的过程。公关伦理学把公共利益作为基本原则。公共利益实即公关组织与公众的共同利益,它强调以满足公众的需要为前提,在保障公众利益的前提下实现组织和公众利益的统一,使公关组织和公众友好相处、长期合作和共同发展。

在当代公共关系活动中,人们越来越重视对公共关系学的研究和应用,但对公关伦理学的研究尚未引起人们足够的关注。从国外的研究情况看,一些公关事业发展较早的国家,如美国、英国,对公共关系学的研究成果颇丰,而对公关伦理学的研究则远不及公共关系学。虽然各国的公关组织(包括国际公关组织)都结合各自的公关实际,先后制定了公共关系“行为准则”,如《国际公共关系协会行为准则》、《英国公共关系协会职业行为准则》、《美国公共关系协会职业规范守则》,这些“行为准则”为公关组织的职业道德建设奠定了基础,使公关组织的职业道德向正规化制度化方向迈进了一步。但是,这些“行为准则”毕竟是条例式的,尚未形成系统化理论化的一门独立的学科。

在我国,虽然现代公关事业的发展历史较短,但其理论研究硕果累累,有中国特色的社会主义公共关系学日臻完善。在公关伦理学研究方面,我国各级公关组织也作了大量的工作,积累了一些经验,其成果集中地表现为《中国公共关系职业道德准则》(草案)这个“草案”的诞生,表明我国重视公关人员道德素质的培养和提高,使公关职业道德建设有了一个良好的开端。但是,我们没有很好地利用“草案”在全国广泛地开展公关伦理道德研究,没有在“草案”的基础上将其上升为一门独立的学科。对其研究的理论价值和实践意义尚未上升到事关公共关系组织兴衰成败的高度来认识,这是不利于我国公关事业的健康发展的。这种现象的存在,原因是多方面的,仅从思想认识上看主要有:第一,对公共关系学和公关伦理学的学科性质缺乏明晰的认识。公关伦理学是研究人们在公关活动中的道德行为规范及其活动规律的科学。公共关系是研究公关活动现象及其内在规律的科学。二者是既相联系,又相区别的两门学科。因此,不能认为公共关系学已经包含了公关伦理学,或认为公关伦理学是公共关系学的内容之一,而忽视对公关伦理学的研究。第二,对公关道德规范和法律规范在公关活动中的作用缺乏正确认识。在公关活动中,人们往往从感觉和经验出发来看待公关道德规范和法律道德规范的作用,认为法律规范的作用比公关道德规范的作用大,见效快。这种认识是片面的,事实上公关道德规范和法律规范在公关活动中的功能是相互补充、相互促进的。法律规范具有明显的强制性,公关道德规范倡导自律性。因此,必须重视对公关伦理学的研究。第三,对市场经济建设和公关道德建设的关系缺乏辩证理解。市场经济的建立和发展,需要公共关系,需要加强公关道德建设,它们是相互作用、相互促进、辩证统一的。然而,在我国市场经济建设阶段,由于缺乏实践经验和我们过去对市场经济认识片面,以及资本主义市场经济负面因素的影响,一部分人错误地认为市场经济就是金钱经济,认为公共关系学适用于市场经济,公关道德则丧失了作用,甚至认为市场经济建设与公关道德建设没有必然联系。这种认识是错误的。大力加强公关道德建设,对发展社会主义市场经济不仅是必要的,而且是必然的。我们相信,随着我国社会主义市场经济的完善和发展,以及公共关系事业的发展壮大,公关伦理学也将随之不断完善和发展。

(责任编辑 严真)